



BACHELORARBEIT

Frau
Kerstin Stein

**Sportakrobatik auf dem Weg
in das Olympische Programm
– Ein Kommunikationskonzept
zur Popularisierung der
Sportakrobatik in der Gesell-
schaft, am Fallbeispiel des SC
Riesa**

2016

BACHELORARBEIT

Sportakrobatik auf dem Weg in das Olympische Programm – Ein Kommunikationskonzept zur Popularisierung der Sportakrobatik in der Gesell- schaft, am Fallbeispiel des SC Riesa

Autor/in:

Frau Kerstin Stein

Studiengang:

Angewandte Medien

Seminargruppe:

AM12wS5-B

Erstprüfer:

Prof. Dr. Otto Altendorfer

Zweitprüfer:

Frank Schöniger

Einreichung:

Mittweida, 08.01.2016

BACHELOR THESIS

Sports Acrobatics on the way to the Olympic program - a communication concept for the popularisation of sports acrobatics in society: a case study of SC Riesa.

author:

Ms. Kerstin Stein

course of studies:

applied media

seminar group:

AM12Ws5-B

first examiner:

Prof. Dr. Otto Altendorfer

second examiner:

Frank Schöniger

submission:

Mittweida, 08.01.2016

Bibliografische Angaben

Stein, Kerstin:

Sportakrobatik auf dem Weg in das Olympische Programm – Ein Kommunikationskonzept zur Popularisierung der Sportakrobatik in der Gesellschaft, am Fallbeispiel des SC Riesa

Sports Acrobatics on the way to the Olympic program - a communication concept for the popularisation of sports acrobatics in society: a case study of SC Riesa.

64 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2016

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|------------|
| Inhaltsverzeichnis | V |
| Abkürzungsverzeichnis | VII |
| Abbildungsverzeichnis | IX |
| Tabellenverzeichnis | X |
| 1 Einleitung..... | 1 |
| 1.1 Hinführung zur Thematik..... | 1 |
| 1.2 Ausgangslage der Sportakrobatik | 2 |
| 1.3 Profil der Abteilung Sportakrobatik in Riesa | 5 |
| 1.4 Ziel und Fragestellung..... | 6 |
| 1.5 Persönlicher Bezug | 7 |
| 2 Theoretische Rahmenbedingungen..... | 9 |
| 2.1 Struktur und Organisation des Deutschen Olympischen Sportbundes und des Deutschen Sportakrobatikbundes | 9 |
| 2.2 Das Verfahren zur Aufnahme für eine Olympische Sportart | 13 |
| 2.3 Die Sportakrobatik in Bezug auf die Kriterien der Olympischen Programmkommission..... | 16 |
| 2.4 Die Sportakrobatik im Vergleich zu den drei olympischen Turnsportarten .. | 21 |
| 2.5 Auswirkungen einer Teilnahme an den Olympischen Spielen | 28 |
| 3 Der Stellenwert der Sportakrobatik bei den ersten Europaspielen und im Fernsehen | 30 |
| 3.1 Organisation und Verlauf der ersten Europaspiele | 30 |
| 3.2 Die Sportakrobatik bei den Europaspielen | 32 |
| 3.3 Mediales Ansehen der Sportakrobatik im Fernsehen | 34 |
| 4 Kommunikationskonzept SC Riesa Sportakrobatik..... | 37 |
| 4.1 Analyse (Ist-Zustand) | 37 |
| 4.1.1 Ausgangslage | 37 |
| 4.1.2 Bisherige Kommunikation | 38 |
| 4.1.3 Zielgruppenanalyse..... | 40 |
| 4.1.4 Potenzialanalyse | 43 |
| 4.1.5 SWOT-Analyse | 46 |
| 4.1.6 Fazit der Situationsanalyse | 48 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 4.2 | Strategie (Soll-Zustand) | 48 |
| 4.2.1 | Kommunikationsziele | 49 |
| 4.2.2 | Kommunikationsinhalte | 49 |
| 4.3 | Umsetzung..... | 51 |
| 4.3.1 | Maßnahmen..... | 51 |
| 4.3.2 | Evaluation | 54 |
| 4.3.3 | Zeitplan | 56 |
| 4.3.4 | Budgetierung | 57 |
| 5 | Schlussbetrachtungen..... | 59 |
| 5.1 | Zusammenfassung und Reflektion der Ergebnisse | 59 |
| 5.2 | Ausblick | 63 |
| | Literaturverzeichnis | XI |
| | Anlagen..... | XX |
| | Eigenständigkeitserklärung | XXX |

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|------|---|
| ARD | Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland |
| CoP | Code of Points |
| DDR | Deutsche Demokratische Republik |
| DOSB | Deutsch Olympischer Sportbund |
| DSAB | Deutscher Sportakrobatikbund |
| DTB | Deutscher Turner-Bund |
| e.V. | eingetragener Verein |
| FIG | Fédération Internationale de Gymnastique |
| HR | Hessischer Rundfunk |
| IFSA | International Federation of Sports Acrobatics |
| IOC | International Olympic Committee |
| NOK | Nationales Olympisches Komitee |
| MDR | Mitteldeutscher Rundfunk |
| o.J. | Ohne Jahr |
| RTL | Radio Television Luxemburg |
| SC | Sportclub |
| SR | Saarländischer Rundfunk |
| TV | Television |
| UEG | Union Européenne de Gymnastique |

| | |
|------|--------------------------------|
| USA | Vereinigte Staaten von Amerika |
| Vgl. | Vergleich |
| WADA | World Anti-Doping Agency |
| ZDF | Zweites Deutsches Fernsehen |
| z.B. | Zum Beispiel |

Abbildungsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Abbildung 1. Verteilung der Fördermittel..... | 29 |
|---|----|

Tabellenverzeichnis

| | |
|---|----|
| Tabelle 1. Mitgliederstruktur DSAB 2014..... | 11 |
| Tabelle 2. Medaillenverteilung Turnen: Männer 2011-2015..... | 23 |
| Tabelle 3. Medaillenverteilung Turnen: Frauen 2011-2015..... | 23 |
| Tabelle 4. Medaillenverteilung Rhythmische Sportgymnastik: Individuell 2011-2015...24 | |
| Tabelle 5. Medaillenverteilung Rhythmische Sportgymnastik: Gruppen 2011-2015..... | 24 |
| Tabelle 6. Medaillenverteilung Trampolinturnen: Männer 2011-2015..... | 25 |
| Tabelle 7. Medaillenverteilung Trampolinturnen: Frauen 2011-2015..... | 25 |
| Tabelle 8. Zielgruppenanalyse..... | 41 |
| Tabelle 9. SWOT – Analyse..... | 46 |

1 Einleitung

1.1 Hinführung zur Thematik

Die Sportakrobatik ist eine Sportart, die den turnerischen Sportarten, wie der Rhythmische Sportgymnastik, dem Turnen, dem Trampolinturnen oder dem Aerobic hinsichtlich der turnerischen Elemente ähnelt und sich trotzdem in vielen Merkmalen von diesen Sportarten differenziert. Dieser Teamsport hebt sich dadurch hervor, dass die Sportler nicht mit Geräten turnen, vielmehr liegt das Hauptaugenmerk der jeweiligen Gruppen und Paaren auf der Gestaltung von Elementen, wie den Pyramiden und das Springen von Saltis. Zuzüglich zeichnet diese Sportart eine artistische Prägung, die durch das Hinzufügen von Musik und Tanz entsteht.¹

Seit der vierten Austragung der Nichtolympischen-Spielen, den World Games, welche in den Niederlanden 1993 stattgefunden haben, ist die Sportakrobatik ein fester Bestandteil dieser Spiele und nimmt regelmäßig, alle vier Jahre, daran teil.² Im Juni 2015 fanden die ersten Europaspiele in Baku statt. Ein Teil der Sparte Sportakrobatik durfte, trotz der Tatsache, dass die Sportakrobatik nicht zu dem olympischen Programm gehört, an diesem Event vertreten sein.³

Die vorliegende Arbeit widmet sich der Frage, inwieweit die Sportakrobatik das Potenzial hat im olympischen Programm aufgenommen zu werden. Diese Problemstellung wird durch ein Kommunikationskonzept für die Abteilung Sportakrobatik des Sportclubs (SC) Riesas unterstützt. Aufgrund dessen hat die Autorin eine Recherche nach Fakten und wissenschaftlichen Anhaltspunkten bestrebt, welche die positiven und negativen Aspekte des Themas aufzählen und darüber hinaus einer neutralen Betrachtungsweise unterliegen.

Zuerst wird in der Einleitung der wesentliche Sachverhalt der Arbeit geschildert. Unter Kapitel 1.2 wird die Ausgangslage der Sportakrobatik betrachtet, woraufhin unter 1.3 das

¹ Vgl. Fédération Internationale de Gymnastique, 2014: Competition description

² Vgl. FIG, 2014: List of World Champions

³ Vgl. Do Rosario, 2013: 1st European Games: Aerobic and Acrobatic Gymnastics part of the European Games

Profil des SC Riesa Sportakrobatik näher beschrieben wird. Unter 1.4 wird die Fragestellung der Bachelorarbeit erläutert sowie primäre Ziele dieser Arbeit gesetzt.

Im zweiten Kapitel wird die Theorie behandelt, bei der in 2.1 der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) und der Deutsche Sportakrobatik Bund (DSAB) bekannt gemacht werden. Unter 2.2 und 2.3 werden die Kriterien gelistet, die für die verschiedenen Sportarten essentielle Bestandteile darstellen, um als eine Olympische Sportart zu gelten. Daran anschließend erfolgt ein Vergleich der Sportakrobatik mit den Olympischen Turnsportarten und die Analyse der Auswirkungen einer Teilnahme an den Olympischen Spielen.

Weiterhin werden in Kapitel drei die ersten Europaspiele erörtert und grob beschrieben. Danach wird die Verfasserin charakterisieren, inwieweit dieses Event der erste Schritt in Richtung Olympia darstellt und inwiefern sich die methodischen Kernpunkte für dieses Vorhaben realisieren lassen. Im Unterpunkt 3.3 betrachtet die Autorin die Medienpräsenz der Sportakrobatik im deutschen Fernsehen der letzten acht Jahre.

Das Kommunikationskonzept der Abteilung Sportakrobatik des SC Riesa in Kapitel vier wird von der Ist-Analyse bis zur Strategie, dem Soll-Zustand, bis hin zu der Umsetzung aller wesentlichen Aspekte des Kommunikationskonzeptes thematisiert und die elementaren Bestandteile werden einheitlich bearbeitet.

Abschließend wird durch das Aufstellen von Chancen und Risiken überprüft, inwieweit die Sportakrobatik das Potenzial hat, in das Programm der Olympischen Spiele aufgenommen zu werden. Es werden alle vorherigen Punkte reflektiert und zusammengefasst.

1.2 Ausgangslage der Sportakrobatik

Willkürlich ausgewählte Passanten, die nach der Ausübung der Sportakrobatik gefragt werden, können häufig wenig mit der in der Arbeit thematisierten Fragestellung anfangen und verwechseln die Sportakrobatik größtenteils mit anderen Sportarten. Das liegt daran, dass es viele sportliche Prägungen gibt, die der Sportakrobatik ähneln: sei es das Kunstturnen, die Rhythmische Sportgymnastik, das Cheerleadern oder das Trampolinturnen. Doch obwohl dieser Sport in der objektiven Betrachtung vieler Personen attraktiv anzuschauen ist, bleibt die Sportakrobatik weitestgehend unbekannt. Gleichwohl exis-

tieren mehrere Faktoren, die den Sport von anderen Sportarten unterscheiden. Zum einem sind die Sportler in fünf Disziplinen, den Damenpaaren, den Herrenpaaren, den Mixpaaren, den Damendreiergruppen und den Herren-Vierer-Gruppen, strukturiert.⁴ Zum anderen werden drei verschiedene Übungen je 2:30 Minuten auf der zwölf mal zwölf Meter großen Matte vorgeführt.⁵ Diese werden einerseits unterteilt in die Balance-Übung, welche nur statische Elemente und Kraftelemente, wie z.B. den Handstand, beinhaltet und die Dynamik-Übung, in der ausschließlich Flugelemente beinhaltet, wie zum Beispiel Salti. Die dritte, die Kombi-Übung, vereint die Elemente aus der Balance- und der Dynamik-Übung.⁶

Vereinzelt findet sich in den Vereinen Deutschlands eine Nachwuchsklasse, die die Anfängergruppen darstellen. Diese Nachwuchsklasse turnt nach den Regeln des Nachwuchsklassenprogramms und soll eine Vorstufe zu der Vollklasse darstellen.⁷ In der Vollklasse, die für gewöhnlich leitungsmäßig betrieben wird, gibt es internationale Regeln, den sogenannten Code of Points (CoP), die für alle Teilnehmer obligatorisch sind. Die Vollklasse ist hinsichtlich der Alter der Sportler in vier Gruppen gegliedert. Unter der sogenannten Jugendklasse finden sich Sportler zwischen 11 und 16 Jahren. Die Juniorenklasse ist untergliedert in die Junioren Eins, bei der die Sportler zwischen 12 und 18 Jahre alt sind, und die Junioren Zwei, in der sich die Sportler im Alter von 13 bis 19 Jahren befinden. Die Meisterdisziplin, auch Seniorenklasse genannt, kann ab dem 15. Lebensjahr ausgeübt werden. In Deutschland gibt es eine zusätzliche Kategorie vor der Jugendklasse: die Schülerklasse, deren Betätigung in einem Alter von acht bis 14 Jahren möglich ist.⁸

Diese Sportart benötigt viele Hilfsmittel, wie Matten, Saltogürtel zum Erlernen der Flugelemente oder Handstandgeräte, für das Training der Kraftelemente. Des Weiteren benötigen die Sportler für das Training und die Aufbewahrung der Utensilien eine Räumlichkeit. Einige Vereine besitzen eine Halle, in der die zwölf mal zwölf Meter Mat-tenfläche fest im Boden eingebaut ist und alle Utensilien zur Verfügung stehen. Doch die Mehrzahl der Vereine in Deutschland trainiert in Schulsport hallen oder ungeeigneten

⁴ Vgl. Deutscher Sportakrobatik Bund e.V., 2015: Wettkampfordnung, S.1

⁵ Vgl. FIG, 2013: 2013 – 2016 Code of Points, S.19

⁶ Vgl. FIG, 2014: Competition description

⁷ Vgl. DSAB, 2015: Wettkampfordnung, S.3

⁸ Vgl. Ebenda, S.4

Arealen und teilen sich die Räumlichkeiten mit anderen Sportarten. So sind die Bedingungen, denen sich die Vereine beugen müssen, in Deutschland größtenteils unterschiedlich und kann Einfluss auf die Leistung der Sportler haben. Unabhängig von Motivation und Talent der Sportler beeinträchtigen die unterschiedlichen Trainingsbedingungen, dass sich alle Sportler auf gleicher Augenhöhe bei Wettkämpfen begegnen.

Hinzu kommt der gesundheitliche Aspekt, denn die Sportler müssen gewisse physische Voraussetzungen erfüllen, um diese Sportart betreiben zu können. Menschen mit physischen oder psychischen Beeinträchtigungen sind für diese Sportart nicht geeignet. Trotzdem können wichtige Voraussetzungen für die Sportakrobatik, wie die Beweglichkeit, der Mut und das Vertrauen in die Partner, nicht jedem angelernt werden. Vorteilhaft für die Sportler ist daher der Einstieg in diesen Sport bereits im Kindesalter. Mit zunehmendem Alter ist es schwer die Gelenkigkeit und die Kraft beizubehalten. Das hat zur Folge, dass in der Seniorenklasse weniger Athleten antreten, als in der Jugendklasse.

Einige der Leistungssportler der Seniorenklasse, die international erfolgreich waren, sind von dem Zirkus „Cirque du Soleil“ unter Vertrag genommen, weil sie die Voraussetzungen für Unterhaltungsakrobatik erfüllen. Ergänzend nehmen viele Akrobaten bei den verschiedenen Talentshows teil, um ihr Können vor einem großen Publikum unter Beweis zu stellen. So gewannen 2010 in Großbritannien die Gruppe „Spelbound“ unter dem Verein Spelthorne erstmalig die Show „Britains got Talent“.⁹ Dadurch bekam die Sportakrobatik zum ersten Mal größere Medienpräsenz und Aufmerksamkeit. Im Jahr 2015 gewann zum zweiten Mal eine Akrobatikgruppe im gleichen Fernsehformat „Portugal got Talent“.¹⁰ In Deutschland haben Sportakrobaten bei der Show „das Supertalent“ 2010 und 2015 ihre Leistung vor dem Fernsehpublikum gezeigt.¹¹ Bis dato ist noch kein Gewinn dabei erzielt. Bei diesen Talentshows bekommen die Gewinner einen finanziellen Beitrag, aber der kommerzielle Aspekt spielt in dieser Sportart eine geringere Rolle. Ferner kommt der finanzielle Aspekt der Ausübung dieser Sportart. Die Mitgliedsbeiträge sind für die Sportler keine finanzielle Belastung, viel mehr haben die Aufwendungen für die Anzüge, die zum Wettkampf getragen werden und die Reisen, bei denen die Sportler einen Teil oder die vollen Kosten übernehmen, einen hohen Preis.

⁹ Vgl. Spelbound, 2015: About Spelbound

¹⁰ Vgl. Redação, o. J.: „Got Talent“: The Artgym Company foram os vencedores

¹¹ Vgl. HNA, 2015: Erfolg beim Supertalent: Baunataler Akrobaten sind weiter

Viel mehr als der kommerzielle Faktor steht der soziale Aspekt im Vordergrund. Durch das Training in Paaren oder Gruppen entsteht ein hoher Bindungsgrad zwischen den Sportlern. Generell bestehen die Formationen aus einem Oberpartner, der bei Dynamikelementen geworfen wird und bei Krafftelementen balanciert werden muss, und dem Unterpartner/n, der/die den Oberpartner in die Lüfte stoßen müssen und ihn tragen und halten müssen.

Die Sportakrobatik als Sportart steht immer wieder vor der Herausforderung, dass die Wettkampfbestimmungen für Außenstehende nicht transparent genug sind. So können kleine Fehler, die kaum sichtbar sind, den Sieg kosten, ohne dass die Zuschauer diesen Fehler mitbekommen haben. Die differenzierte äußerliche Wahrnehmung im Sport erläutert ein Beispiel aus der Sportart Fußball: Die Punkteverteilung richtet sich im Fußball nach der Anzahl der Torabschüsse und ist klar erkennlich. In der Akrobatik wiederum spielen viele Faktoren, wie die Pyramidenauswahl, die Auswahl der dynamischen Elemente, die technische Ausführung und die Choreographische Darbietung, ebenso wie weitere Kriterien eine entscheidende Rolle, sodass die Punktevergabe teilweise für das ungeübte Auge unersichtlich ist.¹²

1.3 Profil der Abteilung Sportakrobatik in Riesa

Unter dem Dach des Sportclubs Riesa befindet sich eine Einheit, die das Dasein der „Sportstadt Riesa“ ins Leben gerufen hat: die Sportakrobatik. Fünf Sportler haben 1951 die Abteilung Sportakrobatik gegründet, welche zu dieser Zeit noch Kunstkräftsport genannt wurde. Diese Abteilung erntete in der damaligen Deutschen Demokratischen Republik (DDR) viel Erfolg und wurde 1958 in die Sportakrobatik umbenannt.¹³ Aufgrund der Durchführung der Weltmeisterschaft in der Sportakrobatik im Jahre 1996, wurde die damalige Industriestadt Riesa immer mehr zu der Sportstadt, die sie heute ist.¹⁴ Bereits zwei Weltmeisterschaften konnte der SC Riesa 1996 und 2002 austragen. Weiterhin haben in Riesa die Europameisterschaft 2015 stattgefunden.¹⁵

¹² Vgl. Schmidt, 2015: Der Sport heißt nicht umsonst Kunstturnen, S.6ff

¹³ Vgl. SC Riesa, 2015: Historik

¹⁴ Vgl. riesa-lokal.de, 2015: Europameisterschaft: Sportakrobatik in Riesa

¹⁵ Vgl. FIG, 2014: Event Statistics

In der Abteilung Sportakrobatik trainieren heimische Sportler, aber auch Quereinsteiger aus dem Turnen oder der Rhythmischen Sportgymnastik. Auch Sportakrobaten aus verschiedenen Regionen Deutschlands sind keine Rarität. Das Sportinternat in Riesa bietet die Möglichkeit, dass Kinder, aus allen Teilen Deutschlands, in Riesa leistungsmäßig trainieren können. Die Mitgliedsbeiträge für die Sportler belaufen sich auf 120€ pro Halbjahr.

Der Cheftrainer Igor Blintsov ist Ende des Jahres 2014 zum Bundestrainer ernannt worden. Seine Frau Nina Blintsov hat seine Rolle als Haupttrainerin im Verein übernommen. Der Verein beschäftigt außerdem eine Choreographin, die die choreografischen Schritte für die Übungen mit den Sportlern erarbeitet. Auch der Vorsitzende der Kommission Sportakrobatik des sächsischen Turnverbandes findet seinen Platz in Riesa und agiert zusammen mit dem Fachwart des Sportclubs bei dem Verein ehrenamtlich. So, dass der Verein durch ehrenamtliche Helfer große Veranstaltungen, wie den Sachsenpokal, den die Abteilung ins Leben gerufen hat, ausrichten kann. Auch deutsche Meisterschaften und sächsische Meisterschaften richtet der SC Riesa wiederkehrend aus. Das liegt daran, dass die Möglichkeiten an Sporthallen in Riesa gegeben sind, vor allem durch die „SACHSENarena“. Die Riesaer Sportakrobaten haben eine eigene Sporthalle in der sie trainieren. Diese Sporthalle ist für die Sportakrobatik bestens ausgerüstet und die Sportler haben die Möglichkeit jederzeit zu trainieren, da sie sich die Halle nicht mit anderen Abteilungen teilen müssen. Dieser Vorteil an Ressourcen und individuellen Freiheiten innerhalb des Trainings ermöglicht dem Verein ein erhöhtes Leistungspotenzial. Das zeigen auch Erfolge wie Medaillen bei Europa- und Weltmeisterschaften, bei denen der SC Riesa in der Sportakrobatik sechs Medaillen verbuchen konnte.¹⁶

1.4 Ziel und Fragestellung

Das Ziel der Arbeit ist es, herauszufinden, welche Faktoren die Entwicklung der Sportakrobatik in Richtung Olympische Spiele steuern könnten. Es gilt einerseits die Kriterien und das Auswahlverfahren für die Olympischen Spiele zu ergründen und andererseits die Gegebenheiten, Ressourcen und Potenziale der Sportakrobatik den Anforderungen

¹⁶ Vgl. Acro Sport TV, 2015: Interview with Igor Blintsov & IMPRESSIONS of European Championship 2015

gegenüber zu stellen. Im Fokus des Interesses stehen sowohl der Sport als auch die Strukturen sowie die Organisation und das Vereinsleben.

Anhand der Analyse eines deutschen Sportakrobatik Vereins werden die inhaltlichen Aspekte beleuchtet und dabei die externe Kommunikation und das Marketing untersucht. Das Ziel der Untersuchung ist einen Maßnahmenkatalog für die Optimierung der externen Kommunikation zu erarbeiten, um den Bekanntheitsgrad des Sports in der Öffentlichkeit zu erhöhen. Außerdem soll die Arbeit einige Möglichkeiten für die Mitgliedergewinnung und Beibehaltung aufzeigen und zuletzt den effektivsten Weg für die positive Entwicklung schildern. Darüber hinaus ist in dieser Bachelorarbeit zu klären, inwieweit ein einheitliches Kommunikationskonzept zu der Verbesserung des Images führen kann und in welcher Weise sich die Sportakrobatik von den Verwechslungen mit anderen Sportarten befreien kann. Konkretisiert lässt sich daraus folgende fachspezifische Fragestellung herausbilden. „Kann die Sportakrobatik den medialen und gesellschaftlichen Stellenwert erreichen und die Kriterien des Olympischen Komitees erfüllen, um in das Olympische Programm aufgenommen zu werden.“

Die untergeordneten Fragestellungen, die daraus resultieren, lauten folgendermaßen:

1. Welche Aspekte und Widerstände halten die Sportakrobatik davon ab in das Olympische Programm aufgenommen zu werden.
2. Wie muss ein Kommunikationskonzept gestaltet werden, um damit letztendlich die Sportakrobatik in Anbetracht der Medien und der Gesellschaft populärer zu machen.

1.5 Persönlicher Bezug

Die Autorin war bis 2014 selbst eine aktive Sportlerin in der Sportakrobatik. In ihrer gesamten Sportkarriere trainierte Sie in drei verschiedenen Vereinen. In Baunatal, in Kassel und letztlich in Riesa. Nach Beendigung Ihrer aktiven Karriere als Sportlerin betätigte sich die Autorin weiterhin in diesem Sport als Kampfrichterin. Außerdem trainiert sie aktuell in Kassel die Nachwuchsmannschaft.

Die persönlichen Erfahrungen und die Gespräche mit Kennern der Sportart und gleichfalls außenstehenden Personen, gaben den Anlass, über die Olympische Eigenschaft dieser Sportart nachzudenken. Durch die Bekanntgabe, dass die Sportakrobatik bei den

ersten Europaspielen mit zwei Disziplinen, den Damengruppen und den Mixpaaren, vertreten ist, kam der Gedanke, dass die Akrobatik olympisch sein könnte und die Frage, warum sie es bis jetzt nicht ist. Es hat den Anschein, dass die Sportart zu nicht ausreichend in die Öffentlichkeit kommuniziert und die Regeln für das breite Publikum nicht transparent genug sind. Doch ist es nicht bei den weiteren olympischen Sportarten, wie Kunstturnen, Rhythmische Sportgymnastik und Trampolin, ähnlich? Durch starke Kontakte und der Tatsache, dass der Bundestrainer in Riesa als Trainer agiert, kam die Idee einer effektiven Umsetzung eines Kommunikationskonzeptes der Sportakrobatik im SC Riesa e.V. Dazu kommt, dass sich der Verein durch eine äußerst prestigeprächtige Außendarstellung innerhalb der Sportart sowie durch die besonders guten Rahmenbedingungen, als ein Vorzeigebispiel zur Erstellung eines Kommunikationskonzeptes eignet.

Trotz des persönlichen Bezugs zum Akrobatiksport, betrachtet die Autorin die Thematik dieser wissenschaftlichen Arbeit als neutral und schildert ihre Sichtweise frei von Vorurteilen. Aus dieser Betrachtung resultiert ein Kommunikationskonzept für den SC Riesa in der Sportakrobatik, dass die Außendarstellung der Abteilung durch verschiedene Maßnahmen optimieren soll und welches ebenso in anderen deutschen Sportakrobatikvereinen angewendet werden kann. Die Auswirkungen von diesem Kommunikationskonzept mögen nicht nur für Riesa eine Bedeutung haben, sondern für die gesamte Sportart.

Die Autorin will sich mit dieser Arbeit klar von der eigenen Neigung zu der Sportart Sportakrobatik als Hobby abgrenzen und das Gesamtkonzept als einheitliches Konstrukt betrachten. Die in ihrem Studium erlernten Inhalte und Kernkompetenzen hat sie weitestgehend für diese wissenschaftliche Arbeit verwendet. Die Kombination von den erlernten Fähigkeiten im Studium in Verbindung mit dem Wissensfund in der Sportakrobatik hat sie für die Beantwortung dieser Arbeit komprimiert.

2 Theoretische Rahmenbedingungen

2.1 Struktur und Organisation des Deutschen Olympischen Sportbundes und des Deutschen Sportakrobatikbundes

In diesem Teil betrachtet die Autorin die Institutionen des DOSB und des DSAB, um die strukturellen Begebenheiten der Olympischen Spiele zu erläutern. Die Einsicht in Bezug auf den Aufbau, die Ziele, die Mitgliederstruktur und die Prozesse beider Organisationen sind äußerst wichtig für den Fortschritt der Bachelorarbeit, denn die beiden Dachorganisationen schaffen die Rahmenbedingungen für die Olympische Spiele.

Der DOSB, eine regierungsunabhängige Dachorganisation der olympischen Sportarten, der seinen Hauptsitz in Frankfurt am Main hat, steht für Leistung, Gesundheit, Lebensfreude und Wertevermittlung.¹⁷ Damit repräsentiert er 98 Mitgliedsorganisationen zu denen 27 Millionen Mitgliedschaften zählen, welche sich auf 89.250 Turn- und Sportvereine verteilen. Zu den Mitgliedern des DOSB zählen 16 Landessportbünde, 34 Olympische Spitzenverbände, 29 Nichtolympische Spitzenverbände, 20 Verbände mit besonderen Aufgaben, 2 Mitglieder von Internationalen Olympischen Komitee (IOC) und 15 Persönliche Mitglieder.¹⁸

Der DSAB gehört zu den 29 Nichtolympischen Spitzenverbänden im DOSB und ist somit von dem DOSB bei den IOC vertreten. Die Tabelle in der Anlage zwei „die Gesamtmitgliederzahl“ zeigt die Veränderungen der Mitgliederzahlen zwischen den Jahren 2013 und 2014 und lässt erkennen, dass die Mitgliederzahl im DOSB gering um durchschnittlich 0,77% gesunken ist. Die größte Anzahl an Abgängen ist in den Nicht-Olympischen Spitzenverbänden registriert worden, zu dem auch die Sportakrobatik gehört. Das Arbeitsfeld des DOSB ist sehr komplex, gleichwohl vier Schwerpunkte hervorstechen:

¹⁷ Vgl. DOSB, o.J.: Wir über uns

¹⁸ Vgl. Ebenda

Der Leistungssport gehört zu den bedeutenden Gebieten des DOSB und erhält von dem Sporthaushalt des Bundesministeriums des Inneren jährlich mit 130 Millionen Euro Zuschuss. Die Bundeswehr, die Bundespolizei und der Zoll fördern zusätzlich den Leistungssport im DOSB und stellen Trainingsplätze für Sportler/innen in deren Sportfördergruppen zur Verfügung. Dieser Bereich unterwirft sich strikt dem olympischen Gedanken und steht für das Streben nach Leistung.¹⁹

Ein weiteres Arbeitsgebiet des DOSB ist die Sportentwicklung, die die Tradition der fast hundertjährigen Fitness-Idee verwirklicht. Durch spezielle Programme für Frauen, Familien, Ältere und Menschen mit Migrationshintergrund schafft der DOSB eine Basis für den Verband. Auch die „Trimm-Aktion“ des DOSB ist eine der größten Social-Marketing-Kampagnen in der Bundesrepublik.²⁰

Außerdem bietet der DOSB Bildungsangebote an, die nicht nur das Wissen, sondern auch die persönlichen und sozialen Kompetenzen fördern. Der DOSB bietet zudem mehr als 700 verschiedene Ausbildungsgänge für Engagierte in Vereinen an, die sich aus- und fortbilden können. Es kann somit eine DOSB-Lizenz als Trainer/in, Übungsleiter/in, Vereinsmanager/in oder Jugendleiter/in erworben werden. Außerdem gibt es zusätzliche Weiterbildungen, bei denen keine DOSB-Lizenz benötigt wird.²¹

Letztlich betätigt sich der DOSB auf dem Gebiet der Jugend. Eine Jugendorganisation im DOSB ist die Deutsche Sportjugend, in der mehr als 9,8 Millionen Kinder und Jugendliche bis zum 27 Lebensjahr angemeldet sind. Somit ist die Deutsche Sportjugend der größte freie Träger der Kinder- und Jugendhilfe in Deutschland. Diese Organisation setzt sich für den gesunden Sport und einen guten Umgang miteinander ein. Im gesamten Bundesgebiet gibt es Angebote mit dem Medium Sport, um junge Menschen in ihrer Persönlichkeitsentwicklung zu fördern.²²

Der DSAB, der wie der DOSB als ein eingetragener Verein fungiert, ist der Dachverband für die Sportakrobatik in Deutschland. Historisch gesehen haben die Sportakrobaten in

¹⁹ Vgl. DOSB, o.J.: Kurzporträt des Deutschen Olympischen Sportbundes

²⁰ Vgl. DOSB, o.J.: DOSB Sportentwicklung/Breitensport

²¹ Vgl. DOSB, o.J.: Kurzporträt des Deutschen Olympischen Sportbundes

²² Vgl. Deutsche Sportjugend, o.J.: Selbstdarstellung und Leitbild

Deutschland zwei unterschiedliche Geschichten. Vor der Vereinigung Deutschlands gehörten die Akrobaten in Westdeutschland als selbstständige Abteilung dem Kunstkraftsport an, in der DDR dagegen integrierten sich die Sportakrobaten als selbstständiger Sportakrobatikverband seit dem Jahr 1956 im Turnerbund. Der Zusammenschluss der west- und ostdeutschen Verbände erfolgte im Jahr 1990 und so entstand der DSAB mit dem Sitz in Pfungstadt, unter dessen Dach aktuell 113 Vereine, die in 14 Landesverbänden geschlossen sind, angehören.²³

Der DSAB ist ein Mitglied im DOSB und dadurch indirekt über den Deutschen Turnerbund (DTB) in der Union Européenne de Gymnastique (UEG) und Fédération Internationale de Gymnastique (FIG) angesiedelt.²⁴ Der DTB vertritt die internationalen Interessen der DSAB bei der FIG und der UEG, indem die Informationen, Meldungen, Anträge und Anfragen über die DTB zuständigen Mitarbeiter abgehandelt werden. Das Ziel des DSAB sind die sportlichen Leistungen und Interessen seiner 14.600 Mitglieder zu vertreten. Davon sind 3735 männlich und 10.425 weiblich.²⁵

| Altersgruppen | männlich | weiblich | gesamt |
|----------------------|--------------|---------------|---------------|
| bis einschl. 6 Jahre | 522 | 1.124 | 1.646 |
| von 7 bis 14 Jahre | 852 | 4.677 | 5.529 |
| von 15 bis 18 Jahre | 368 | 1.154 | 1.522 |
| von 19 bis 26 Jahre | 375 | 673 | 1.048 |
| von 27 bis 40 Jahre | 386 | 792 | 1.178 |
| von 41 bis 60 Jahre | 675 | 1.228 | 1.903 |
| über 60 Jahre | 557 | 777 | 1.334 |
| Zusammen | 3.735 | 10.425 | 14.160 |

Tabelle 1: Mitgliederstruktur des DSAB im Jahr 2014. Quelle: DSAB Strukturplan 2014-2017

²³ Vgl. Hegele, 2015: Ein Interview mit dem Vizepräsidenten des DSAB

²⁴ Vgl. Ebenda

²⁵ Vgl. DSAB, o.J.: DSAB Strukturplan 2014-2017, S.3

Da Deutschland nicht zu der Weltspitze im internationalen Vergleich der Sportakrobatik gehört, steht im Fokus des Verbands die Erreichung des internationalen Standards und die Anknüpfung an die Weltspitze in dieser Sportart. Demzufolge organisiert der DSAB Schulungen für Trainer und Kampfrichter, schafft die einheitlichen Richtlinien und überwacht deren Einhaltung während der nationalen Wettkämpfe.²⁶ Als eingetragener Verein befolgt der DSAB keine wirtschaftlichen Ziele und finanziert sich aus Mitgliedsbeiträgen und den Fördermitteln des Bundes über den DOSB.²⁷ Die Höhe der Fördermittel ist grundsätzlich von den sportlichen Erfolgen abhängig. Für die Nichtolympischen Sportarten ist die Teilnahme an den World Games und die dort erreichten Platzierungen der Maßstab für die Fördermittel. Weitere Einnahmen generiert der Verband durch die Vergabe der nationalen Meisterschaften, die, in Form von Gebühren, keine wesentliche Rolle in dem Budget des Verbands spielen.²⁸ Wünschenswert wäre die finanzielle Unterstützung durch einen starken Sponsor. Jedoch, wie der Vizepräsident Bernd Hegele in dem Interview mit der Autorin erklärt, ist es schwer einen Sponsor zu finden:

„Schon seit Jahren wird versucht mit Sponsoring zusätzliche Mittel zu erschließen. Leider bis jetzt erfolglos. Eine extra dafür eingesetzte Kommission war bis jetzt leider erfolglos. Bis vor kurzem hatten wir große Hoffnung einen großen Sponsor zu bekommen, doch leider zerschlug sich dieser Traum nachdem die Führung dort wechselte.“²⁹

Der DSAB arbeitet auf sportlichen Gebieten zusammen mit dem DTB, der als stärkerer Verband mehr Möglichkeiten zur Sportförderung hat. Als Beispiel dient die Integration der Sportakrobatik im Internationalen Deutschen Turnfest.

Die Autorin stellt fest, dass es für den DSAB von Vorteil ist, eine gute und enge Zusammenarbeit mit dem DTB und somit auch mit dem DOSB zu pflegen. Der DTB vertritt den DSAB bei dem DOSB und somit auch beim IOC und nur über diese Organisationen kann die Sportakrobatik sich auf der olympischen Szene behaupten. Darüber hinaus ist der DTB ein Partner auf sportlicher Basis und ermöglicht den Sportakrobatinnen die Teilnahme bei gutbesuchten Events wie z.B. dem Internationalen Deutschen Turnfest.

²⁶ Vgl. DSAB o.J.: Satzung, S.3

²⁷ Vgl. Hegele, 25.09.2015: Ein Interview mit dem Vizepräsidenten des DSAB

²⁸ Vgl. Ebenda

²⁹ Hegele, 2015: Ein Interview mit dem Vizepräsidenten des DSAB

2.2 Das Verfahren zur Aufnahme für eine Olympische Sportart

Nachdem der Kaiser Theodosius I die antiken Olympischen Spiele 393 nach Christus verboten hatte, sorgte der Baron Pierre de Coubertin im neunzehnten Jahrhundert für die Wiederbelebung der Spiele. Seine Idee war es, die Erziehung durch den Sport und die Vermittlung der olympischen Werte wieder aufleben zu lassen.³⁰ Der 23.06.1894 gilt als Gründungsdatum des IOC, dieses wurde am 01. November 2000 anerkannt.³¹ Von 1896 bis 1925 war Pierre de Coubertin der Präsident des Komitees und hat vorerst die Sportarten für die Olympischen Spiele selbst bestimmt.³² Die Auswahl der Sportarten liegt mittlerweile in der Zuständigkeit der Session, so wird die Vollversammlung der IOC-Mitglieder genannt.³³ Zu den Aufgaben der Session gehören die Verabschiedung der Olympischen Charta, die Zusammenstellung des Programms der Olympischen Spiele und die Wahl des IOC-Präsidenten und IOC-Vizepräsidenten sowie der anderen Mitglieder der IOC Exekutivkommission.³⁴

Die IOC-Exekutive, auch Executive Board genannt, welches aus dem IOC-Präsidenten, vier IOC-Vizepräsidenten und zehn weiteren IOC-Mitgliedern besteht, überwacht die Anwendung der Olympischen Charta, die die Organisation, Maßnahmen, Regeln und die Durchführung der Olympischen Bewegung festlegt. Das Programm der Olympischen Spiele ist vom IOC für jede Auflage neu bestimmt und besteht aus Sportarten, Disziplinen und Wettkämpfen. Eine Disziplin ist ein Teil der Sportart und umfasst ein oder mehrere Wettkämpfe.³⁵

Für die Zulassung zu den Olympischen Spielen gelten vor allem zwei Grundvoraussetzungen:

³⁰ Vgl. Naul, Geßmann und Wick, 2008: Olympische Erziehung in Schule und Verein, Grundlagen und Materialien, S. 72

³¹ Vgl. DOSB, 2014: Charta 2014, S.20

³² Vgl. Diem, 1967: Der Olympische Gedanke: Reden und Aufsätze, S.38

³³ Vgl. DOSB, 2014: Charta 2014, S.28

³⁴ Vgl. Ebenda, S.28f

³⁵ Vgl. Naul, Geßmann und Wick, 2008: Olympische Erziehung in Schule und Verein, Grundlagen und Materialien, S.66f

1. Die Grundwerte der Olympischen Charta, wie den Geist des Fairplay und der Gewaltlosigkeit, achten und sich dementsprechend benehmen.
2. Die Sportart muss die Gesetze der World Anti-Doping Agency (WADA) bewahren und befolgen.

Weiterhin muss die Sportart internationale Wettkämpfe ausführen und einen internationalen Dachverband besitzen.

Das IOC-Komitee hat 2002 in Mexico-Stadt beschlossen, dass der Katalog zu den Olympischen Spielen zugelassenen Sportarten nur 28 Sportarten beinhalten darf und davon sind 25 die sogenannten Kernsportarten. Die ausgewählten Sportarten müssen sich der Session vorstellen und benötigen zweidrittel der Stimmen der Vollversammlung, um als eine olympische Sportart anerkannt zu werden. Wenn eine Kernsportart die Mehrheit der Stimmen nicht erreicht, wird sie aus dem Programm genommen, bleibt jedoch trotzdem olympisch. Bei der Session für die nächsten Olympischen Spiele kann sie wieder in das Programm aufgenommen werden.³⁶

Dieses Gesetz ist noch für die Olympischen Spiele 2016 geltend, ab der Olympiade 2020 in Tokyo wird das Limit von 28 Sportarten für die Olympischen Sommerspiele aufgehoben. Während der 127. Session im Dezember 2014, wurde beschlossen, dass die, von dem IOC-Präsidenten vorgestellte, „Agenda 20 plus 20“ übernommen wird. Die 40 Regeln der Agenda enthalten die Begrenzung der Akkreditierungen auf 10.500 Athleten, 5000 Trainer und Betreuer und auch auf 310 Wettbewerbe. Dadurch soll die Erweiterung des Olympischen Programms ermöglicht werden.³⁷

Für neue Sportarten ist es schwierig in das Olympische Programm aufgenommen zu werden, denn die bereits etablierten Sportarten werden selten aus dem Programm genommen. Der Ausschluss aus dem Olympischen Programm ereignete sich das erste Mal seit der Olympia 1936 im Jahr 2005 bei der Session in Singapur. Dort wurde Baseball und Softball wegen Dopingfällen in den Vereinigten Staaten von Amerika (USA) aus dem Programm genommen.³⁸ Es ist jedoch möglich, dass die IOC Executive Kommission

³⁶ Vgl. DOSB, 2005: Sportarten der Sommerspiele 2012: IOC veröffentlicht Bericht der Olympischen Programm-Kommission

³⁷ Vgl. DOSB, o.J.: Olympische Agenda 2020: „20 Plus 20“ Empfehlungen

³⁸ Vgl. Zimmermann, 2012: The Elimination of Olympic Baseball, S.2

nicht die volle Sportart, sondern nur eine Disziplin für das Olympische Programm zugelassen kann. Die Aufnahme einer Disziplin in das Olympische Programm muss mindestens drei Jahre zuvor, spätestens jedoch während der Session zur Auswahl der Gastgeberstadt für die nächsten Olympischen Spiele, kundgemacht werden.³⁹

Die Eintragung der Sportakrobatik in die FIG, welche bei den 25 Kernsportarten vertreten ist, war die ausschlaggebende Maßnahme als Olympische Sportart anerkannt zu werden. Seitdem gehört die Sportakrobatik zwar zu den Olympischen Sportarten, ist aber zu den Olympischen Spielen nicht zugelassen. Die Olympische Charta unterscheidet die vom IOC anerkannten olympischen Sportarten von den Sportarten, die im Olympischen Programm teilnehmen.⁴⁰

Auf Vorschlag der IOC-Exekutivkommission kann die Session mehrere Zusatzsportarten aus den Sportarten die von den anerkannten internationalen Föderationen geleitet sind in die Olympische Spiele auswählen.⁴¹ Von den fünf Sportarten, die unter der FIG fungieren, sind aktuell drei zu den Olympischen Spielen zugelassen, das Kunstturnen, die Rhythmische Sportgymnastik und das Trampolinturnen. Zwei weitere Sportarten unter der FIG, die Sportakrobatik und das Aerobic, streben die Aufnahme in das Olympische Programm an. Was das anbelangt, ist die Sportakrobatik regelmäßig, seit 1993, bei den World Games, die als Vorstufe der Olympischen Spielen gilt, vertreten und hat bei den Europaspielen 2015 mit zwei Disziplinen teilgenommen. Folglich erhöhen sich die Chancen der Sportakrobatik für die Aufnahmen in das Olympische Programm.

Die Zulassung zu den Olympischen Spielen und damit die einhergehende Unterstützung vom DOSB hat sie noch nicht erhalten. Die Olympische Programmkommission hat im Jahr 2002 ein Kriterienkatalog ins Leben gerufen, als eine Grundlage für die Bewertung der Sportarten. Dieser Kriterienkatalog soll die Selektion der Sportarten transparenter und für alle Beteiligten verständlicher explizieren.

³⁹ Vgl. DOSB, 2015: Olympische Charta 2015, S.58

⁴⁰ Vgl. Güldenpfennig, 2004: Olympische Spiele als Weltkulturerbe: Zur Neubegründung der Olympischen Idee, S.360

⁴¹ Vgl. DOSB, 2014: Charta 2014, S.59

2.3 Die Sportakrobatik in Bezug auf die Kriterien der Olympischen Programmkommission

Der Kriterienkatalog der Olympischen Programmkommission besteht aus 33 Kriterien, welche in acht Kategorien gegliedert sind, um eine Sportart auf Tauglichkeit für die Olympischen Spiele zu beurteilen.

Die erste Kategorie in dem Kriterienkatalog bezieht sich auf die Geschichte und die Tradition der Sportart. Dabei wird besonders beachtet, wann die ersten Wettkämpfe, internationalen Wettkämpfe und die ersten Weltmeisterschaften stattgefunden haben. Zusätzlich wird das Datum der Gründung des Internationalen Verbandes und die, unter seiner Autorität, ersten ausgetragenen Wettkämpfe berücksichtigt. Eine Relevanz hat auch die bereits erfolgte Teilnahme an den Olympischen Spielen oder an anderen IOC anerkannten Wettkämpfen, zum Beispiel den World Games.⁴² Die ersten Wettkampfregelein der Sportakrobatik wurden in der damaligen Sowjetunion formuliert sowie die ersten Meisterschaften im Jahr 1939 in Moskau ausgetragen.⁴³ Nach dem zweiten Weltkrieg entstanden einige nationale Akrobatikverbände: in Ungarn 1949, in Ostdeutschland 1951, in Bulgarien 1951, in Polen 1953 und in China 1956. Das erste internationale Sportakrobatik Turnier fand in Warschau in Polen im Jahr 1957 statt. Den ersten internationalen Dachverband die Internationalen Federation of Sportsacrobatics (IFSA) haben die Nationalen Verbände im November 1973 gegründet und kurz darauf, im Jahr 1974, fand, unter der Autorität der IFSA, der erste internationale Wettkampf in Moskau statt.⁴⁴ Auf einer außerordentlichen Versammlung der IFSA im Jahr 1996 in Riesa haben die Nationalen Verbände für den Zusammenschluss mit dem FIG abgestimmt, aber die volle gesetzlich bestätigte Integration der Sportakrobatik in die FIG fand im Jahr 2000 statt. Seitdem zählt die Sportakrobatik zu den Olympischen Sportarten unter der FIG, ist aber noch nicht im Olympischen Programm.⁴⁵

⁴² Vgl. Olympic Programme Commission, o.J.: Evaluation Criteria for Sports and Disciplines, S.1

⁴³ Vgl. FIG, 2014: History of Acrobatic Gymnastics

⁴⁴ Vgl. Ebenda

⁴⁵ Vgl. Olympic Programme Commission, o.J.: Evaluation Criteria for Sports and Disciplines, S.2

Das nächste Kriterium der Olympischen Programmkommission untersucht die Universalität einer Sportart. Dieser Aspekt soll die Offenheit der Olympischen Bewegung und Zugänglichkeit für alle Sportarten auffassen. Genauer betrachtet werden die Ergebnisse der letzten vier Weltmeisterschaften, Junioren-Weltmeisterschaften und Qualifikationen. Einen besonderen Stellenwert haben die Anzahl der an den Weltmeisterschaften teilnehmenden Länder sowie die Vielfalt der in den Top 16 platzierten Nationen, wie auch die Anzahl der nationalen Verbände unter dem internationalen Dachverband. Zur Überprüfung gehören ebenso die Vielzahl der Länder, die nationale Meisterschaften ausrichten und das Verhältnis der Frauen- und Männerquote.⁴⁶ Bei den letzten vier Weltmeisterschaften der Sportakrobatik haben laut Statistiken der FIG in der Seniorenklasse durchschnittlich 19 Länder teilgenommen und die ersten Plätze waren überwiegend zwischen den immer wieder wiederkehrenden Nationen verteilt.⁴⁷ Im Jahr 2008 haben in allen Kategorien ausschließlich die Formationen der ehemaligen Sowjetunion die goldenen Medaillen gewonnen. Jedoch eroberten im Jahr 2010 die Goldenen Medaillen auch andere Nationen, wie Großbritannien und die USA. In den Jahren 2012 und 2014 sind als Weltmeister noch zusätzlich die Formationen aus Belgien und China zugestoßen.⁴⁸ Die Statistiken zeigen sehr deutlich, dass die hohen Standards nur einige der hochentwickelten Nationen erreichen können. Trotzdem hat sich in der Medaillenverteilung eine Tendenz zur Abwechslung herauskristallisiert. Die Verteilung zwischen Männerformationen und Frauenformationen kann auf nationaler Ebene in Deutschland begutachtet werden. Wie die Statistik des DSAB zeigt existieren mehr Frauenformationen, dennoch sind die Männerformationen in Deutschland ebenso vertreten.⁴⁹

Eine weitere Kategorie bewertet die Beliebtheit der Sportart. Da sich dieser Aspekt schwer darstellen lässt, gibt es verschiedene Faktoren, auf die geachtet werden muss. Zum einen die Zuschauerbeteiligung, die über die verkauften Tickets bei Weltmeisterschaften und den IOC anerkannten Veranstaltungen der letzten vier Jahre gemessen wird. Zum anderen das Interesse der Medien im Print- Online- und Fernsehbereich sowie die Medienakkreditierungsanfragen für die nationalen und internationalen Meisterschaften. Im Printbereich zählen die Zeitungsartikel, die über den Sport berichten. Im Onlinebereich gelten die Internetseiten, die zu der Sportart bestehen und wie viele Aufrufe

⁴⁶ Vgl. Ebenda

⁴⁷ Vgl. FIG, 2014: Titel Holders

⁴⁸ Vgl. Ebenda

⁴⁹ Vgl. DSAB, o.J.: DSAB Strukturplan 2014-2017, S.3

diese bekommen. Im Fernsehbereich reflektieren die Erträge an den Television-Rechten (TV) der World Games und der Weltmeisterschaften den Bekanntheitsgrad wieder. Inbegriffen ist die Untersuchung der Liste der Sponsoren und die Vorteile, die der Internationale Verband von dem Sponsoring erhält.⁵⁰ Das Medieninteresse an den Wettkämpfen in Deutschland ist regional unterschiedlich. Im Saarland und Ostdeutschland ist Fernsehen auf vielen Wettkämpfen vertreten und sendet kurze Beiträge in lokalen Nachrichten der öffentlich-rechtlichen Sender. In Süddeutschland ist das Interesse des Fernsehens an Sportakrobatik niedrig. Grundsätzlich haben keine Übertragungen der vollen Wettkämpfe direkt im TV stattgefunden, denn das unverständliche Bewertungssystem macht die Moderation dieser Sportveranstaltungen kaum möglich.⁵¹ Das ist die Hauptursache warum fast keine Akkreditierungen bei der Deutschen Meisterschaften bis jetzt ausgegeben worden sind. Dagegen spielen die Online-Medien eine bedeutende Rolle, denn die Wettkämpfe besitzen fast immer einen Livestream, der auf der Facebook Seite der Veranstaltung veröffentlicht ist. Die Übungen werden auf YouTube-Kanälen hochgeladen und auf den Facebook-Seiten der Vereine sind die neusten Nachrichten von den Wettkämpfen publiziert. Zusätzlich gibt es Facebook-Seiten, die dazu aufrufen, dass alle Sportakrobatik Befürworter diese Seite abonnieren sollen, um zu zeigen, dass die Sportakrobatik in das Programm der Olympischen Spiele mit aufgenommen werden soll. Die Sportakrobatik finanziert sich nur im geringeren Umfang über Sponsoring. Sporadisch bekommen die Vereine eine Unterstützung der regionalen Wirtschaft.⁵² Der Dachverband dagegen sucht erfolglos nach finanzstarken Sponsoren. Die Medienrechte bei der Welt- und Europameisterschaften liegen zentral ausschließlich bei der FIG bzw. der UEG. Während die UEG die Übertragungsrechte für die Europameisterschaften an den wettkampfausrichtenden Verband übergibt, vermarktet die FIG bei den Weltmeisterschaften die Fernsehrechte selber.⁵³

Die vierte Kategorie beschäftigt sich mit der Verbandsführung. Die Organisation der Verbandsstruktur und das Athletenkomitee sind Gegenstand der Untersuchung. Die Geschlechtergleichheit in den Leistungsgremien ist ebenso ein wichtiger Aspekt der Untersuchung, wie auch die Perspektive der Fairness. Die Überprüfung erstreckt sich

⁵⁰ Vgl. Olympic Programme Commission, o.J.: Evaluation Criteria for Sports and Disciplines, S.3f

⁵¹ Vgl. Hegele, 25.09.2015: Ein Interview mit dem Vizepräsidenten des DSAB

⁵² Vgl. SC Riesa, o.J.: Wir danken unseren Sponsoren!

⁵³ Vgl. Hegele, 25.09.2015: Ein Interview mit dem Vizepräsidenten des DSAB

auf die Objektivität der Wettkampfergebnisse sowie auf das Auswahlverfahren und Bewertungssystem der Kampfrichter.⁵⁴ Die Verbandstruktur der internationalen Sportakrobatik sieht vor, dass in der Technischen Kommission bei der FIG ein Athletenvertreter die Interessen der Sportler vertritt. Zwar ist das nur eine Stimme gegen sieben andere Stimmen der Kommissionsmitglieder, aber es werden die Anliegen der Aktiven der Kommission vorgetragen.⁵⁵ In Punkto Geschlechtergleichheit ist zu vermerken, dass diese Sportart, ähnlich wie die Rhythmische Sportgymnastik, überwiegend Frauen in ihren Bann zieht. In Deutschland waren im Jahr 2014 insgesamt 10.425 Mitglieder weiblich. Die Anzahl der männlichen Mitglieder in Deutschland belief sich auf 3.735.⁵⁶ Die Bewertung der Sportler während der Wettkämpfe erfolgt durch Kampfrichter, die sich an den internationalen CoP orientieren.⁵⁷

An nächster Stelle wird die Kategorie der Gesundheit der Athleten in dem Kriterienkatalog erfasst. Die IOC-Kommission erfasst die Anzahl der negativen Analyseergebnisse und die Anzahl der Verstöße gegen das Anti-Doping-Gesetz.⁵⁸ Vyv Simons und Andrew Jennings meinten schon 1992, dass viele der Sportler vor den Kameras zwar Höchstleistung vollbringen, aber es nicht ersichtlich ist, wie viele von ihnen gedopt sind. Die erzieherische Wirkung der Olympia kommt hier zur Geltung, denn die Sportler haben eine Vorbildfunktion für die Kinder und Jugendlichen.⁵⁹ Bei der Sportakrobatik werden regelmäßig Doping-Tests durchgeführt. Nicht nur bei Welt- und Europameisterschaften. Athleten, die im Kader sind, werden auf Deutschen Meisterschaften getestet und können jederzeit von einem Beauftragten ohne jegliche Vorwarnung den Dopingtests unterzogen werden.⁶⁰

Daraufhin erfolgt die Kategorie der Entwicklung des Internationalen Verbandes für die Sportart. In diesem Punkt spielt die finanzielle Entwicklung des Verbands eine Rolle. Die IOC-Kommission berücksichtigt die Finanzmaßnahmen der vergangenen Jahre sowie die geplanten Maßnahmen.⁶¹ In Deutschland ist die Finanzpolitik des DASB durch die

⁵⁴ Vgl. Olympic Programme Commission, o.J.: Evaluation Criteria for Sports and Disciplines, S.4

⁵⁵ Vgl. Hegele, 25.09.2015: Ein Interview mit dem Vizepräsidenten des DSAB

⁵⁶ Vgl. DSAB, o.J.: Strukturplan, S.3

⁵⁷ Vgl. FIG, 2013: 2013 – 2016 Code of Points, S.13

⁵⁸ Vgl. Olympic Programme Commission, o.J.: Evaluation Criteria for Sports and Disciplines, S.5

⁵⁹ Vgl. Naul, Geßmann und Wick, 2008: Olympische Erziehung in Schule und Verein, Grundlagen und Materialien, S. 170

⁶⁰ Vgl. DOSB, o.J.: Standard für Meldepflichten, S.1

⁶¹ Vgl. Olympic Programme Commission, o.J.: Evaluation Criteria for Sports and Disciplines, S.5

Finanzordnung und die dort enthaltenen Richtlinien, nach dem Prinzip der Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit, geregelt. Der Vizepräsident für Finanzen und Verwaltung ist zur Erstellung des Haushaltsplanes, der von dem Präsidium verabschiedet wird, verpflichtet. Die Haushaltsmittel sind ebenso vom dem Vizepräsidenten für Finanzen und Verwaltung bewirtschaftet. Die Einnahmen bestehen grundsätzlich aus den Fördergeldern, Beiträgen und Gebühren der Vereine. Die Ausgaben bilden die Fixkosten wie Versicherungen, Mieten, Beiträge, Honorare und Reisekosten. Alle außerplanmäßigen Ausgaben müssen durch die Delegiertenversammlung bestätigt werden. Die Einnahmen und Ausgaben sind anhand der doppelten Buchführung dokumentiert und dienen der Erstellung des Jahresabschlusses. Der Jahresabschluss wird durch zwei ausgewählte und unabhängige Prüfer nach Richtigkeit geprüft und als Prüfungsbericht dem Präsidium und Delegiertenversammlung vorgelegt.⁶²

In der siebten Kategorie geht die IOC-Kommission auf die Kosten, die die Sportart verursacht, ein, dabei auch die Kosten für Wettkampf- und Trainingsinfrastrukturen, die während einer Olympia benötigt werden.

- Aufwendungen in Bezug auf die Ausrüstung für den Wettkampf und das Training.
- Aufwendungen für die Anzeigetafeln und Ergebnissysteme.
- Aufwendungen für die Sicherheit der Wettkampfstätten.
- Aufwendungen und Komplexität für die TV-Produktion der Sportart.

Darüber hinaus revidiert die IOC-Kommission die Möglichkeit, dass die Sportart die Sportstätte und die Einrichtungen mit anderen Sportarten während der Olympischen Spiele teilen kann.⁶³ Die Sportakrobatik hat den Vorteil, dass sie dieselbe Ausrüstung, wie auch im Turnen und in der Rhythmischen Sportgymnastik verwendet wird, bedarf. Sie benötigt eine zwölf mal zwölf Meter große Bodenturnfläche, wie die Rhythmische Sportgymnastik aber keine Geräte, wie im Turnen. Auch die Anzeigetafeln und Ergebnissysteme sind bei den beiden eben erwähnten Turnsportarten identisch.

⁶² Vgl. DSAB, 2013: Finanzordnung, S.5f

⁶³ Vgl. Olympic Programme Commission, o.J.: Evaluation Criteria for Sports and Disciplines, S.6

Der letzte Punkt ist ein allgemeiner Punkt, in der die Programmkommission anbietet, dass die internationalen Verbände eigene Kriterien, die sie für die Bewertung der Sportart als wichtig erachten, der Programmkommission einreichen können. Ob diese vorgeschlagenen Kriterien in das Programm mit aufgenommen werden, bleibt der Olympischen Programmkommission selber überlassen.⁶⁴

Die Kriterien sind für die olympische und noch nicht olympische Sportwelt als Reglement und Anweisung eine gute Orientierungshilfe auf dem Weg zu Olympia. Als einheitliche und für alle geltenden Richtlinien unterstreichen sie die Werte des Olympismus. Die Verfasserin ist zu dem Ergebnis gekommen, dass die Sportakrobatik grundsätzlich die Kriterien der olympischen Kommission erfüllt, ungeachtet einiger Punkte, die noch Schwachstellen aufweisen. Die Kategorie der Universalität ist noch aufzubauen, denn die nationalen Verbände der Sportakrobatik sind überwiegend in Europa, in China und der USA beheimatet. Letztendlich besteht noch Nachholbedarf in der Kategorie der Beliebtheit, denn das Kriterium der Medienpräsenz und die damit gekoppelte Popularität des Sports sind noch nicht erfüllt.

2.4 Die Sportakrobatik im Vergleich zu den drei olympischen Turnsportarten

Wie bereits im Kapitel 1.1 erwähnt, ist die Sportakrobatik mit drei olympischen Sportarten verwandt: dem Turnen, dem Trampolinturnen und der Rhythmischen Sportgymnastik. In diesem Kapitel betrachtet die Verfasserin die drei Sportarten in Bezug auf den Kriterienkatalog der Olympischen Programmkommission.

In der Kategorie Geschichte und Tradition ist das Turnen die älteste Sportart. Als Gründer des Turnersports in Deutschland gilt der Pädagoge Friedrich Ludwig Jahn, der Anfang des 19. Jahrhunderts zu den damals existierenden Gymnastikelementen die Übungen am Barren und Reck hinzufügte. Das Ganze hat er Turnen genannt.⁶⁵ Der erste Wettkampf in Deutschland wurde im Jahr 1811 ausgetragen. Die Sportart Turnen war

⁶⁴ Vgl. Olympic Programme Commission, o.J.: Evaluation Criteria for Sports and Disciplines, S.6

⁶⁵ Vgl. Lucke, 2015: Geschichte des Sports in Lippe: Menschen – Vereine – Politik, S.29ff

von Beginn der 1. Olympischen Spiele der Neuzeit 1896 in Athen bis heute immer vertreten.⁶⁶ Die Ursprünge der Rhythmischen Sportgymnastik wurden Anfang des 19. Jahrhunderts durch den französischen Pädagogen Francois Delsarte und die Tänzerin Isadora Duncan hinterlegt.⁶⁷ Beide Gründer haben die künstlerische Gymnastik bevorzugt und das Merkmal des Leistungsvergleichs nicht berücksichtigt.⁶⁸ Seit Anfang des 20. Jahrhunderts erlebte die Rhythmische Sportgymnastik im Osteuropa eine ansteigende Popularität und in den 60er Jahren hat sie anzunehmender Beliebtheit gewonnen, sodass im Jahr 1963 die erste Weltmeisterschaft in Budapest stattfand. Im Jahr 1978 haben die erste Europameisterschaft in der Rhythmischen Sportgymnastik stattgefunden und im Jahr 1984 war diese Sportart bei den Olympischen Spielen vertreten.⁶⁹ Gegenwärtig ist sie ein Teil von Deutschlands populärstem Schulsportwettbewerb „Jugend trainiert für Olympia“, und ist in einigen Bundesländern Bestandteil der Abiturvoraussetzungen in der Gymnastik.⁷⁰ Die Geschichte des Trampolinturnen beginnt mit der Erbauung des Trampolingerätes, nach dem Vorbild der Sicherheitsnetze der Zirkusakrobatik.⁷¹ Im 20. Jahrhundert verbreitete sich diese Sportart und ist zum Leistungssport aufgestiegen. Im Jahr 1964 ist die erste Weltmeisterschaft ausgetragen worden und kurz danach, im Jahr 1969, hat die erste Europameisterschaft stattgefunden. Im Jahr 1997 hat das IOC-Komitee die Aufnahme des Trampolinturnens im Programm der Olympischen Spiele im Jahr 2000 in Sydney beschlossen. Seither ist das Trampolinturnen bei den Olympischen Spielen dabei als die jüngste der hier verglichenen Sportarten in dem Programm der Olympischen Spiele.⁷²

In der Kategorie Universalität geht die Autorin besonders auf das Verhältnis der Frauen- und Männerquote und die Verteilung der Medaillen zwischen den Nationen bei den Weltmeisterschaften der letzten vier Jahre ein. Das Turnen war zuerst ein reiner Männer-sport, da Frauen im 19. Jahrhundert keinen Sport ausgeübt haben. Ab den 1920er Jahren waren auch die Frauen bei Turnwettkämpfen präsent, dennoch die Anzahl der männlichen Turner an Weltmeisterschaften ist bis heute etwas höher als die Anzahl der

⁶⁶ Vgl. Naul, Geßmann und Wick, 2008: Olympische Erziehung in Schule und Verein, Grundlagen und Materialien, S.33)

⁶⁷ Vgl. Gienger, 1997: Rhythmische Sportgymnastik, S.15

⁶⁸ Vgl. Ebenda

⁶⁹ Vgl. Ebenda, S.16

⁷⁰ Vgl. Ebenda, S.11

⁷¹ Vgl. Meyer, Christlieb u. Nicola Keuning, 1999: Schwerelosigkeit leicht gemacht, S.15

⁷² Vgl. Ebenda

weiblichen Turnerinnen, obwohl der DTB mehr weibliche als männliche Mitglieder zählt.⁷³ Die Rhythmische Sportgymnastik wiederum ist ein reiner Frauensport. Das Trampolinturnen betreiben Frauen genauso wie Männer, wobei die Anzahl der männlichen Sportler etwas höher zu erachten ist als die der weiblichen Akteure. Im Turnen sind bei den Weltmeisterschaften, bei denen zwischen männlichem und weiblichem Turnen unterschieden wird, alle Kontinente vertreten. 2010 bei der Weltmeisterschaft in Rotterdam sind 299 männliche Starter im Turnen gegeneinander angetreten. Bei den Frauen waren es 218 Starter. 2014, bei der Weltmeisterschaft in Nanning, in China waren es bereits 311 Starter bei den Männern und 250 Starter bei den Frauen. Das zeigt deutlich, dass Turnen an Beliebtheit gewonnen hat und die Quantität der Sportler, über einen gewissen Zeitraum, sich stetig erhöht hat. Es fällt jedoch auf, dass es nationale Unterschiede gibt. Japan, die Vereinigten Staaten und Großbritannien haben die meisten Medaillen im Männerturnen geerntet, wobei bei den Frauen das Turnen von den USA, Russland und China beherrscht wurde.⁷⁴

| Jahr, Ort | Platz 1 | Platz 2 | Platz 3 |
|---------------|---------|----------------|-------------|
| 2011, Tokyo | Japan | Deutschland | Japan |
| 2013, Antwerp | Japan | Japan | Deutschland |
| 2014, Nanning | Japan | Groß Britanien | Japan |
| 2015, Glasgow | Japan | Cuba | China |

Tabelle 2: Weltmeisterschaften Turnen - Männer 2011-2015

Medaillenverteilung-All-Round. Quelle: eigene Darstellung

| Jahr, Ort | Platz 1 | Platz 2 | Platz 3 |
|---------------|---------|----------|----------|
| 2011, Tokyo | USA | Russland | China |
| 2013, Antwerp | USA | USA | Rusland |
| 2014, Nanning | USA | Rumänien | USA |
| 2015, Glasgow | USA | USA | Rumänien |

Tabelle 3: Weltmeisterschaften Turnen – Frauen 2011-2015

Medaillenverteilung-All-Round. Quelle: eigene Darstellung

⁷³ Vgl. DOSB, 2014: Bestandserhebung 2014, S.3ff

⁷⁴ Vgl. FIG, 2014: Results for 45th Artistic Gymnastics World Championships 2014, NANNING 2014 (CHN)

Bei den Weltmeisterschaften der Rhythmischen Sportgymnastik sind alle Kontinente vertreten, jedoch waren in dieser Sportart seit langer Zeit fast immer die gleichen Nationen auf dem Treppchen. Seit dem Jahr 2010 haben in den Individuellen Durchgängen ausnahmslos die Gymnastinnen aus Russland den ersten Platz belegt, wobei es bei den Gruppen-Durchgängen, in Bezug auf die Podiumsplätze mehr Abwechslung gab. Die Teilnehmerzahl bei den Einzelwettkämpfen hat seit 2010 nachgelassen. 2010 waren bei der Weltmeisterschaft in Russland noch 148 Sportler am Start, 2014 waren es in der Türkei nur noch 108 Starter. Bei den Gruppen ist die Anzahl an Gruppen ungefähr die gleiche geblieben. 2010 waren es 29 Gruppen und 2014 31 Gruppen.⁷⁵

| Jahr, Ort | Platz 1 | Platz 2 | Platz 3 |
|-------------------|----------|----------|---------------|
| 2011, Montpellier | Russland | Russland | Aserbaidschan |
| 2013, Kiev | Russland | Ukraine | Weißrussland |
| 2014, Izmir | Russland | Russland | Ukraine |
| 2015, Stuttgart | Russland | Russland | Weißrussland |

*Tabelle 4. Weltmeisterschaften Rhythmische Sportgymnastik – Individuell 2011-2015
Medaillenverteilung-All-Round. Quelle: eigene Darstellung*

| Jahr, Ort | Platz 1 | Platz 2 | Platz 3 |
|-------------------|--------------|-----------|--------------|
| 2011, Montpellier | Italien | Russland | Bulgarien |
| 2013, Kiev | Weißrussland | Italien | Russland |
| 2014, Izmir | Bulgarien | Italien | Weißrussland |
| 2015, Stuttgart | Russland | Bulgarien | Spanien |

*Tabelle 5. Weltmeisterschaften Rhythmische Sportgymnastik – Gruppen 2011-2015
Medaillenverteilung-All-Round. Quelle: eigene Darstellung*

Im Trampolinturnen wird genauso wie im Turnen, zwischen Männern und Frauen unterschieden. Doch auch in dieser Turnsportart hat es kaum Unterschiede in Hinsicht auf die Platzierungen in den letzten Jahren gegeben. Bei den Männern sowie auch bei den Frauen hat China zweimal auf dem Treppchen gestanden. Doch seit der Weltmeisterschaft 2010 in Frankreich, mit 87 Startern bei den Männern, ist die Anzahl der Teilnehmer wesentlich gestiegen. 2014 waren es 100 Starter bei der Weltmeisterschaft in den

⁷⁵ Vgl. FIG, 2014: Results for 30th Rhythmic Gymnastics World Championships 2010, MOSCOW 2010 (RUS)

USA. Bei den Frauen waren es zeitgleich 62 Athleten bei der Weltmeisterschaft und 2014 waren es 59.⁷⁶

| Jahr, Ort | Platz 1 | Platz 2 | Platz 3 |
|---------------------|---------|--------------|--------------|
| 2011, Birmingham | China | China | Japan |
| 2013, Sofia | China | China | Russland |
| 2014, Daytona Beach | China | China | Weißrussland |
| 2015, Odense | China | Weißrussland | Russland |

Tabelle 6. Weltmeisterschaften Trampolinturnen – Männer 2011-2015

Medaillenverteilung-All-Round. Quelle: eigene Darstellung

| Jahr, Ort | Platz 1 | Platz 2 | Platz 3 |
|---------------------|---------|---------|--------------|
| 2011, Birmingham | China | Kanada | China |
| 2013, Sofia | Kanada | China | China |
| 2014, Daytona Beach | China | Kanada | Weißrussland |
| 2015, Odense | China | China | Weißrussland |

Tabelle 7. Weltmeisterschaften Trampolinturnen – Frauen 2011-2015

Medaillenverteilung-All-Round. Quelle: eigene Darstellung

In der Kategorie Beliebtheit hat das Turnen durch den prominenten Fabian Hambüchen eine Vorreiter Rolle angenommen. Die Zuschauer sind an den Leistungen der Prominenten interessiert, deswegen erfolgen bei Weltmeisterschaften Übertragungen im TV. Die Facebook-Seiten von den Nationalmannschaftsportlern im Turnen kann viele Aufrufe vorweisen, wie es bei Personen des öffentlichen Lebens ist. Alleine der Nationalturner Marcel Nguyen hat auf seiner Facebook-Seite 274.738 Personen, die ihm folgen. Während der Europaspiele wurde parallel zu den Wettkämpfen der Turner auf Sport1, dem Sportfernsehen, darüber berichtet. Vom Trampolinturnen wurde in den Medien jedoch nur wenig berichtet. Die Homepage des DTB und deren Facebook-Seite hatte zu dieser Zeit kaum Neuigkeiten über die Weltmeisterschaften im Trampolinturnen veröffentlicht. Während der Meisterschaften werden selten Berichte im Fernsehen ausgestrahlt. Doch die lokale Presse war meistens vor Ort und hat in der regionalen Zeitung berichtet. Die

⁷⁶ Vgl. FIG, 2014: Results for 27th Trampoline Gymnastics World Championships 2010, METZ 2010 (FRA)

deutsche Rhythmische Sportgymnastik musste 2014 einen großen Imageverlust erleben. Eine Sportlerin der Nationalmannschaft hatte ihre Trainerin in Bezug auf nicht korrekten Umgang mit den Sportlern verklagt. Sie hat veröffentlicht, dass das Verhalten der Trainerin grenzwertige Aktionen wie Beleidigungen oder Schläge umfassen hat. Durch diese Anschuldigungen war die Rhythmische Sportgymnastik in Deutschland fast täglich in den Medien präsent. Ebenso hat diese Sportart im deutschen Supertalent mit einer Gruppe aus Halle im Finale gestanden.⁷⁷ Mit der Austragung der Weltmeisterschaft 2015 in Stuttgart wollte der DTB das Image der Sportart in Deutschland wieder richten und hat die Veranstaltung auf der Facebook-Seite und der Homepage des DTB beworben.

Bezüglich der Kategorie der Kosten hat die Verfasserin keine genauen Untersuchungen machen können. Es ist jedoch anzumerken, dass die drei Sportarten ihre Wettkämpfe in einer gemeinsamen Halle austragen können, wie es schon bei großformatigen Veranstaltungen, wie dem Internationalen Deutschen Turnfest, der Fall war.

In Anbetracht auf die Gesundheit der Athleten, der Verbandsführung und der Entwicklung des Internationalen Verbandes ist es anzumerken, dass diese Kriterien einheitlich erfüllt sind, da diese drei Sportarten unter dem gemeinsamen Dachverband dem DTB, fungieren und die Regeln der WADA befolgen.

Kritische Stimmen behaupten, dass das Bewertungssystem der Sportakrobatik für die Allgemeinheit unverständlich ist und demzufolge die Präsenz in den Medien äußerst gering ausfällt. Aus diesem Grund vergleicht die Autorin das Regelwerk der Sportakrobatik mit dem Wertungssystem des Turnens, der Rhythmischen Sportgymnastik und des Trampolinturnens. In diesen drei Sportarten vergeben die Punktrichter zwei Wertungsnoten, die Schwierigkeits- und die Ausführungsnote, die zusammen eine Gesamtnote ergeben. Die Schwierigkeitsnote entsteht durch die Addition der Punkte, die in CoP für jedes einzelne Element festgelegt sind. Die Ausführungsnote ergibt sich aus der Subtraktion der Abzüge für eine fehlerhafte Umsetzung der Elemente mit der Ausgangsnote, von den zehn Punkten. In der Sportakrobatik fließen in die Gesamtwertung drei Noten: die Schwierigkeitsnote, die Ausführungsnote und die Artistiknote. Während die Schwie-

⁷⁷ Vgl. BZ, 2014: Schläge, Hunger und Beleidigungen

rigkeit und die Ausführungsnote, genauso wie bei den drei verwandten Sportarten, bewertet wird, bewerten die Kampfrichter in der Artistiknote die künstlerischen Aspekte der Übungen.⁷⁸ Die Umsetzung der Musik und die tänzerische Darstellung, die Synchronität und das Zusammenspiel der Partner sowie Körperausdruck und Raumausnutzung sind Bestandteile der Artistiknote, in der die Ausgangsnote vom zehn Punkten durch die Abzugspunkte für das Fehlen der festgelegten künstlerischen Faktoren gemindert wird. Das Regelwerk der Rhythmischen Sportgymnastik hat ursprünglich die Artistiknote, wie bei der Sportakrobatik, beinhaltet. Seit dem Jahr 2013 ist die Artistikwertung in die Ausführungsnote inkludiert. Die Verfasserin vermutet es, dass im Zuge der Vereinfachung des Regelwerks der Sportakrobatik genauso einen zwei Noten Wertungssystem entstehen wird. Gleichzeitig befürchtet sie es, dass bei der Fusion der Artistikwertung mit der Ausführungswertung die Bedeutung des künstlerischen Aspektes dieser Sportart verloren gehen würde.

Alle drei Sportarten, die bei den Olympischen Spielen unter der Gymnastiksparte stehen sowie die Sportakrobatik, sind international durch den Verband der FIG vertreten. Abschließend lässt sich sagen, dass das Turnen nicht von dem Olympischen Programm wegzudenken ist, da es seit Anfang an zum Olympischen Spielen gehörte und die Kriterien erfüllt. Die Sportakrobatik hat im turnerischen Sinne am meisten mit der Rhythmischen Sportgymnastik gemeinsam, denn der äußere Eindruck wird beurteilt, die Bewertung und die Bedingungen sind dieselben. Doch von der Beliebtheit und der Medienpräsenz ähnelt die Sportakrobatik dem Trampolinturnen, die gegenwärtig in Medien wenig präsent ist. Nur mit einem Unterschied, dass das Trampolinturnen in den Neunziger Jahren eine Werbekampagne gestartet hat, bei der eine Vielzahl von direkten Auftritten der besten Trampolinturner, vor dem Olympischen Museum in Lausanne, stattgefunden hat. Im Publikum waren mitunter die IOC-Mitglieder und der damaliger IOC-Präsident Juan Antonio Samaranch.⁷⁹ Dieser Kampagne hat das Trampolinturnen es zu verdanken, im Jahr 2000 in Sydney bei den Olympischen Spielen teilgenommen zu haben. An diesem Beispiel ist es deutlich zu sehen welche gewaltige Rolle die Beliebtheit der Sportart spielt, welche durch eine geeignete Kommunikation erreicht werden kann.

⁷⁸ Vgl. FIG, 2014: Anhänge zu den Wertungsvorschriften (CoP), S. 38ff

⁷⁹ Vgl. FIG, 2014: About Trampoline Gymnastics

2.5 Auswirkungen einer Teilnahme an den Olympischen Spielen

Wenn die Sportakrobatik die Möglichkeit bekäme, in das Programm der Olympischen Spiele aufgenommen zu werden, dann wäre das nicht ohne den Einfluss auf die nationalen sowie die internationalen Verbände und den persönlicheren Lebenslauf der Sportler. Die Sportakrobatik hätte einige Vorteile in materieller und immaterieller Hinsicht, die zusammen doch stark verknüpft sind. Der materielle Faktor ist sichtbar in den Fördermitteln, die der DSAB von dem DOSB erhalten würde. Laut eigener Statistiken hat der DOSB die olympischen Stützpunkte mit 30.5 Millionen Euro im Jahr 2011 unterstützt, wobei die Grundförderung aller Vereine in Deutschland fast den gleich hohen Posten mit 36.91 Millionen Euro aufweist.⁸⁰

Es gibt viele kritische Stimmen bezüglich gerechter Verteilung der olympischen Fördermittel, aber ohne eine Teilnahme an dem Olympischen Programm, bekommt der DSAB keine, auch nicht geringe, zusätzliche Fördermittel. Ein weiterer Aspekt auf dem Gebiet der Finanzen sind die finanziellen Einnahmen der Sportler. In Deutschland bekommen die Sportakrobaten keine Prämien für die gewonnenen Medaillen bei den nationalen und internationalen Turnieren. Medaillen bei den Olympischen Spielen sind mit unterschiedlichen Geldbeträgen honoriert, was einerseits die Sportler mehr anspornt und andererseits das persönliche Ansehen steigern kann. In Deutschland haben die Sportler für die Olympiade in London 2015 für eine Goldmedaille 15.000 € und für den 8. Platz 1.500 € bekommen, was laut Spiegel Online in einem internationalen Vergleich ziemlich wenig ist.⁸¹

Die finanzielle Hilfe der Sponsoren ist unverzichtbar, deswegen stehen viele erfolgreiche Sportler unter einem Werbevertrag bei verschiedenen Unternehmen. Und in diesem Punkt knüpft wieder der wirtschaftliche Aspekt auf die immateriellen Werte. Sportler, die in Werbekampagnen zu sehen sind, agieren nicht nur für den Sponsor als Erfolgsträger, sondern repräsentieren die eigene Sportsparte und tragen den Siegereffekt nach außen. Dieser Mehrwert ist unermesslich für den Sportler, für die Vereine und für den Verband.⁸²

⁸⁰ Vgl. Drepper, 2012: Olympia: Die deutsche Sportförderung in Zahlen

⁸¹ Vgl. Ternieden u. Witte, 2012: Prämien für Olympiasieger: Es geht um die Wurst

⁸² Vgl. Arnold Hermanns u. Florian Riedmüller, 2003: Sponsoring und Events im Sport – Positive Image-transfer durch Sponsoring von Einzelsportlern und Teams, S.13

**Mit 138 Millionen Euro förderte das Bundesinnenministeriums
2011 den Sport, davon gingen an...**

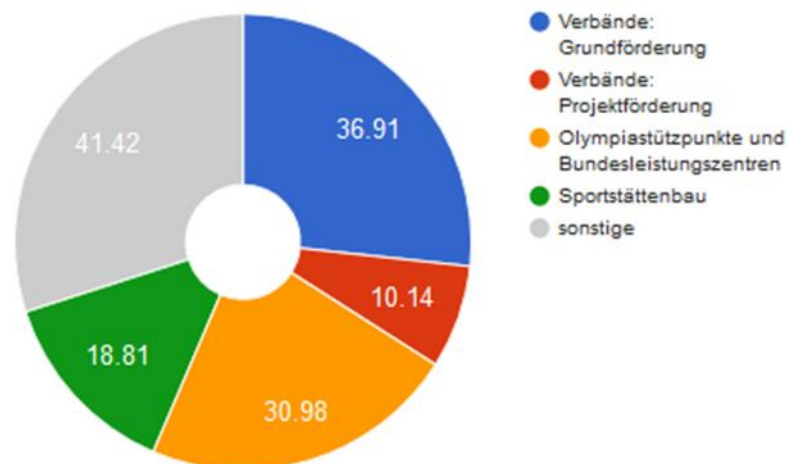


Abbildung 1. Verteilung der Fördermittel. Quelle: Stern: Sportförderung in Zahlen- 24.07.2012

Die Medien üben einen starken Einfluss auf die junge Generation aus und wie der Vizepräsident für Leistungssport Bernd Hegele in dem Interview mit der Autorin sagte: „Nur wer im Fernsehen ist, wird von der breiten Masse wahrgenommen.“ Die Kinder, die Hauptzielgruppe der Kommunikation der Akrobatik, orientiert sich an Vorbildern und vermehrt an den „Helden“ aus dem Internet oder Fernseherportalen. Allenfalls kann dabei das aktuelle Image der Sportakrobatik verbessert werden, denn diese Sportart ist von der Allgemeinheit unbekannt und immer noch mit anderen Sportarten wie zum Beispiel der Rhythmischen Sportgymnastik verwechselt.

Während der Olympischen Spiele ist die Medienpräsenz des Sports erhöht und einige Zuschauer begeistern sich für neu entdeckte Sportarten. Das könnte neue Sponsoren, Sympathisanten und Mitglieder beschieren. Die daraus resultierende Folge ist genauso wirtschaftlicher wie auch idealer Perspektive zuzuordnen, denn das angereicherte Ansehen deutet auf eine Entdeckung neuer Talente, aber auch auf neuer Sponsoring-Quellen hin. Die Teilnahme an den Olympischen Spielen ist gleichzusetzen mit einer erhöhten Publizität für die Sportakrobatik, was folglich eine Chance für den Austritt aus dem Schatten einer Randsportart voraussagt.

3 Der Stellenwert der Sportakrobatik bei den ersten Europaspielen und im Fernsehen

3.1 Organisation und Verlauf der ersten Europaspiele

Die ersten Europäischen Spiele oder „1st European Games“ genannt, haben in der Hauptstadt Aserbaidschans in Baku, welches noch vor knapp 25 Jahren zur Sowjetunion gehörte, vom 12. bis zum 28. Juni 2015 stattgefunden.⁸³ Der Veranstalter waren die Europäischen Olympischen Komitees, die der Dachverband den Nationalen Olympischen Komitees (NOK) in Europa darstellt.

Insgesamt waren 20 Sportarten vertreten, davon gehörten 16 Sportarten zum Olympischen Programm und vier Sportarten zu den Nicht-Olympischen Sportarten. Mehr als 6000 Athleten haben an den Spielen teilgenommen und 11 Sportarten hatten die Möglichkeit, sich für die Olympischen Spiele 2016 in Rio zu qualifizieren.⁸⁴ Es gab rund 18 verschiedenen Sportstätten und im Athletendorf waren 7351 Betten für die Sportler verfügbar.⁸⁵

Die Spiele bauten auf den jeweils vergleichbaren Spielen auf anderen Kontinenten auf. Dazu gehören die Asienspiele (seit 1951), die Pazifikspiele (seit 1963), die Afrikaspiele (seit 1965) und die Panamerikanische Spiele (seit 1951). Als Marketingaktion haben die offiziellen Partner wie „RedBull“ und „Nar“, eine aserbaidsschanische Telekommunikationsgesellschaft, im Vorfeld kleine Filme in Baku gedreht und im TV veröffentlicht. Die Veranstaltung war in den Medien und im Fernsehen international präsent.⁸⁶ Speziell für die Europaspiele wurde eine Applikation entwickelt, auf der alle Neuigkeiten, Ergebnisse, Medaillenspiegel und vieles mehr berichtet wurde. Die Eröffnungs- und Abschlussfeier wurde via Livestream, einem eigenen Blog, vielen Tweets auf Twitter und in Deutschland auf Sport1 übertragen. Die Abschlussfeier war ein Highlight des Events, bei dem moderne pyrotechnische Displays verwendet wurden.⁸⁷

⁸³ Vgl. DOSB, o.J.: 1. Europaspiele 2015 in Baku

⁸⁴ Vgl. Ebenda

⁸⁵ Vgl. DOSB, 2015: Baku 2015 European Games Media Factsheet

⁸⁶ Vgl. Baku2015.com, 2015: Baku becomes the star: two new global advertising campaigns

⁸⁷ Vgl. Baku2015.com, 2015: Closing ceremony awaits

Doch es hat auch Schattenseiten der Veranstaltung in Baku gegeben. Bereits 2012, als Aserbaidtschan der Ausrichter des Eurovision Song Contests war, eine der größten Musikveranstaltungen, hagelte es an Kritik in Bezug auf Politik und Menschenrechte der diktatorisch regierenden Führung des Präsidenten İlham Aliyev. Im NOK von Aserbaidtschan sitzen insgesamt vier Mitglieder der Familie Aliyevs, zusammen mit der First Lady Mehriban Aliyeva, die schon immer sportinteressiert war. Sie ist seit 2002 die Präsidentin des aserbaidtschanischen Rhythmischen Sportgymnastik Verbandes, sodass auch in Aserbaidtschan mehrmals Weltmeisterschaften der Rhythmischen Sportgymnastik stattgefunden haben.⁸⁸ Die bei dem Eurovision Song Contest von Präsidenten als „Störenfriede“ empfundenen Aktivisten hat Präsident Aliyev für die Zeit der European Games einsperren lassen, um Proteste zu verhindern. Einreiseverbotslisten für ausländische Politiker, Journalisten und Aktivisten sind in Aserbaidtschan selbstverständlich.⁸⁹ Amnesty International, eine unabhängige Organisation, die sich für Menschenrechte einsetzt, hat angekündigt, dass sie während der Spiele auf die Verstöße gegen Menschenrechte aufmerksam machen will. Die aserbaidtschanische Regierung hat ihnen die Einreise nach Baku jedoch verweigert.⁹⁰ Aserbaidtschans Regierung weist alle Kritik zurück. Der Präsident bekräftigte, dass die Amnesty International sich nicht für die Europaspiele akkreditiert hatte.⁹¹

Rein auf das sportliche konzentriert und die politischen Diskussionen außer Acht gelassen, hat der Sportsender Sport1 in Deutschland, der Schweiz und in Österreich täglich neun Stunden die Wettkämpfe ausgestrahlt.⁹² In insgesamt 45 europäischen Ländern wurden die Spiele ausgestrahlt und in 144 Ländern außerhalb von Europa übertragen.⁹³ Außerdem waren alle Wettkämpfe auf dem YouTube-Kanal von der Veranstaltung in Echtzeit abgespielt. Sport1 hat jeden Abend um 23:30 einen Rückblick über alle an diesem Tag abgelaufenen Wettkämpfe in einer halbstündigen Kurzfassung übertragen. Die

⁸⁸ Vgl. President of Azerbaijan, o.J.: Aliyeva Mehriban Arif gizi

⁸⁹ Vgl. ARD, 2015: Europaspiele in Aserbaidtschan: Ein hoher Preis für ein wenig Glanz

⁹⁰ Vgl. ARD, 2015: Europaspiele in Aserbaidtschan; Amnesty International ist unerwünscht

⁹¹ Vgl. Sport1, 2015: Aserbaidtschan weist Kritik zurück: "Keine politischen Gefangenen"

⁹² Vgl. Ahrens, 2015: Europaspiele in Baku: Alles so schön hier! (Nur nicht die Sache mit den Menschenrechten)

⁹³ Vgl. Baku2015.com, 2015: Broadcasterslist English

TV-Quoten waren laut Alexander Wölffing, dem Leiter von Sport1, sehr zufriedenstellend.⁹⁴ Im Durchschnitt haben täglich 160.000 Zuschauer bei Sport1 eingeschaltet. Andere deutsche Medien haben zurückhaltender informiert. Die Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunke der Bundesrepublik Deutschland (ARD) und das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF), haben statt der sportlichen Leistung die kritische politische Lage in Aserbaidschan betrachtet.⁹⁵

Im Medaillenspiegel stand Deutschland letztlich auf Rang vier mit 16 Goldmedaillen, 17 Silbermedaillen und 33 Bronzemedaillen. Russland war unschlagbar und landete mit 79 Goldmedaillen auf Platz eins im Medaillenspiegel.⁹⁶ Für Deutschland hat besonders der Ruderer Max Hoff mit zweifachem Gold, Christian Reitz im Schießen mit zweifachem Gold und Fabian Hambüchen im Turnen mit einer Goldmedaille und einer Silbermedaille hervorstechen.⁹⁷ Für die Rangplätze haben die Sportler Prämien bekommen. Michael Vesper, der DOSB-Vorstandsvorsitzende, meinte, dass die Prämien für die Nationalen Olympischen Komitees eins zu eins an die Athleten weitergegeben werden. In Mannschaftssportarten mit vier oder weniger Personen wurde Gold mit 8000€, Silber mit 5000€ und Bronze mit 3000€ belohnt. Ab dem vierten Platz, der mit 2000€ belohnt wird, geht es immer in 400€ Schritten abwärts bis zum achten Platz, für den es 400€ gibt.⁹⁸ Die nächsten Europaspiele 2019 sollten in den Niederlanden stattfinden, doch das NOK der Niederlande hat die Ausrichtung der Spiele zurückgegeben. Für sie ist es rücksichtslos, einen so hohen Betrag der auf sie zukommen würde, für die Spiele auszugeben, denn die Haushaltslage ist momentan angespannt und es gibt keine Garantie für Spitzensport-Niveau.⁹⁹

3.2 Die Sportakrobatik bei den Europaspielen

Bei den ersten Europaspielen 2015 in Baku hat die Sportakrobatik ihre Chance ergriffen als eine von den vier Nicht-Olympischen Sportarten unter der Rubrik Gymnastik vor den

⁹⁴ Vgl. Ahrens, 2015: Europaspiele in Baku: Alles so schön hier! (Nur nicht die Sache mit den Menschenrechten)

⁹⁵ Vgl. Ebenda

⁹⁶ Vgl. Baku2015.com, 2015: medal winners

⁹⁷ Vgl. Sport1, 2015: Medaillenspiegel der European Games 2015 in Baku: die Medaillenjäger von Baku

⁹⁸ Vgl. DOSB, 2015: Europaspiele: für Einzel-Gold gibt es 4000 Euro

⁹⁹ Vgl. Hungermann u. Pausch, 2015: Bakus Propagandafest setzt auf den schönen Schein

olympischen Gremien sich zu präsentieren. Am 23. September 2013 hat die UEG bekundet, dass zwei der fünf Disziplinen, die Damengruppen und die Mixpaare, die Sportsparte repräsentieren dürfen.¹⁰⁰

Als Qualifikationswettkampf wurde die Weltmeisterschaft 2014 in Paris gesehen und die zehn besten europäischen Nationen, Deutschland inklusive, durften in den Europa Spielen teilnehmen.¹⁰¹ Die Qualifizierung war nicht auf die Sportler ausgestellt, die den Platz belegt haben, sondern auf die Nation allgemein. Für Deutschland hat der DSAB für diesen historischen Wettkampf eine Damengruppe aus dem Dresdener Verein in Sachsen sowie ein Mixpaar aus dem Verein in Ebersbach Baden-Württemberg nominiert. Während der Europaspiele haben die Sportakrobatik und die Rhythmische Sportgymnastik abwechselnd in einer gemeinsamen Halle geturnt, was einige Vorteile mit sich brachte. Das Publikum hat eine Vielfalt an Gymnastikübungen bekommen und die Punktrichter genügend Zeit für die Auswertung. Der weitere Nebeneffekt für die Sportakrobatik war, dass diese Sportart neue Sympathisanten generieren konnte. Die Tickets in der Nationalen Gymnastik Arena, die eine Kapazität von 5400 Plätzen bietet, war an allen drei Tagen ausverkauft. Das gemeinsame Auftreten zusammen mit der Rhythmischen Sportgymnastik hat hier möglicherweise einen Einfluss gehabt.¹⁰²

In der Disziplin der Damengruppen hat drei Mal Belgien, vor Russland und Weißrussland gewonnen. In der Disziplin der Mixpaare hat drei Mal Russland vor Belgien und Großbritannien gewonnen, so wie die UEG das im Voraus vermutet hat.¹⁰³ Das deutsche Mixpaar hat am Ende den achten Platz von neun und die deutsche Damengruppe den neunten Platz von elf Startern erreicht. In den Medien wurde wenig über die Teilnahme der Sportakrobatik an den Europaspielen berichtet, lediglich Sport1 hat in den halbstündigen Highlights ein paar Ausschnitte gezeigt. Für die Fans war es ein Livestream auf YouTube verfügbar. In der Presse wurde die sportliche Leistung der Sportakrobatik auch ungenügend gewürdigt, denn die Lage in Aserbaidschan und die Menschenrechte haben die sportlichen Themen überschattet. Jedoch ist es fraglich, ob überhaupt ein Randsport wie die Sportakrobatik mehr Erwähnung in den Medien bekommen hätte, trotz dessen,

¹⁰⁰ Vgl. UEG, 2013: 1st European Games: Aerobic and Acrobatic Gymnastics part of the European Game!

¹⁰¹ Vgl. Schipfel, 2014: WM-Countdown: x - 3 Wochen

¹⁰² Vgl. Schipfel, 2015: Hallo aus Baku

¹⁰³ Vgl. UEG, 2015: Preview of the rhythmic and acrobatics gymnastics competition at the 1st European Games!

dass die negative Presse überwogen hat. Ein positives Signal sendete der Präsident des Europäischen Olympischen-Komitees Patrick Hickey, der die Siegerehrung bei den Mixpaaren persönlich vorgenommen hat.¹⁰⁴

Bilanzierend ist zu sagen, dass es ein großer Fortschritt für die Sportakrobatik war sich bei dieser Sportveranstaltung zu präsentieren und den Bekanntheitsgrad somit zu steigern. Die UEG hat im Voraus eine langwierige Zusammenarbeit mit der Sportakrobatik bekundet.¹⁰⁵

3.3 Mediales Ansehen der Sportakrobatik im Fernsehen

In diesem Abschnitt wird erörtert, welche TV-Sender Beiträge über die Sportakrobatik in den letzten Jahren ausgestrahlt haben, um die Präsenz der Sportakrobatik im Fernsehen zu überprüfen. Aufgrund des im Jahre 2009 eingeführten Rundfunkstaatsvertrages, der sich mit den Angeboten von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten im Internet beschäftigt, können Fernsehbeiträge bis zu sieben Tagen im Internet veröffentlicht werden, müssen danach jedoch von den Mediatheken entfernt werden. Deswegen kann die Verfasserin Angaben zu den Ausstrahlungen über diese Sportart in den öffentlich-rechtlichen Anstalten nur aus Blogs, ihren eigenen Kenntnissen oder anderen Informationsquellen ziehen.¹⁰⁶ Es lässt sich sagen, dass von der Sportakrobatik noch nie ein kompletter Wettkampf im Fernsehen ausgestrahlt wurde. Selbst während der ersten Europaspiele wurde die Sportart nur kurz in den Highlights des Tages erwähnt. Wird diese Sportart so wenig erwähnt, weil die Regeln kompliziert sind, obwohl die anderen Turnsportarten ähnliche Regeln haben und häufiger erwähnt werden?

Seit der Generation der Sozialen-Medien ist es üblich, dass bei Wettkämpfen-, seien es internationale oder nationale-, einen Livestream zum mitverfolgen gibt. Diese werden allerdings üblicherweise ausschließlich von „Kennern“ dieser Sportart genutzt, denn die Informationen über die Verlinkung zu einem Livestream ist meistens in Akrobatikgruppen über die Sozialen-Medien zu finden. Allerdings sind es meist private Livestreams auf

¹⁰⁴ Vgl. Schipfel, 2015: So lief das Mehrkampf-Final in Baku...

¹⁰⁵ Vgl. UEG, 2015: Press conference 'Gymnastics at the European Games'

¹⁰⁶ Vgl. ARD, o.J.: Zwölfter Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge

Blogs, die leider eine mangelhafte Qualität vorweisen. International, in England, werden die Britischen Meisterschaften professionell von dem Britischen Turnverband bei YouTube mit Kommentatoren übertragen. In Deutschland werden regional nach verschiedenen Wettkämpfen kurze TV-Spots verbreitet. Hierbei kommt es auch darauf an, wie engagiert sich ein Ausrichter bemüht, die Medien anzuziehen. Bei den kurzen Ausschnitten von den Wettkämpfen im Fernsehen wird meistens davon ausgegangen, dass die Sportart bei den meisten Zuschauern nicht bekannt ist und vorerst kurz beschrieben werden muss. Meist bleibt es bei regionalen TV-Auftritten und den öffentlich-rechtlichen Anstalten.

Im Jahr 2008 hat der Mitteldeutsche Rundfunk (MDR) fast einen kompletten Tag die Deutsche Meisterschaft der Junioren und Senioren in Hoyerswerda begleitet.¹⁰⁷ Im Jahr 2010 hat ein Damenpaar bei dem Sender Radio Television Luxemburg (RTL) in der Sendung „Das Supertalent“ teilgenommen und war auf den Fernsehmonitoren einige Male zu sehen.¹⁰⁸ Obwohl das Regelwerk nicht beachtet wurde, wurden einige akrobatische Elemente gezeigt und diese Auftritte erfüllen einen Werbeaspekt. 2009 hat der Hessische Rundfunk (HR) über das Finale der Sportakrobaten bei dem Turnfest in Frankfurt berichtet und 2010 hat der Saarländische Rundfunk (SR) über die Deutsche-Mannschaftsmeisterschaft einen kurzen Bericht ausgestrahlt.¹⁰⁹¹¹⁰ In der Sendung Vereinskompass wurde im Jahr 2011 der Dresdener Verein der Abteilung Sportakrobatik vorgestellt. Die Reporterin hat nicht nur die Leistung der Abteilung vorgestellt, sondern auch soziale Eigenschaften dieser Sportart hervorgebracht.¹¹¹ Im Jahr 2013 hat das Rhein-Neckar-Fernsehen einen Beitrag über den Horst Stephan Pokal gesendet. Der Moderator hat die Regel der Sportakrobatik erklärt und den Verein Nieder-Liebersbach präsentiert.¹¹² Ein Bericht von den Deutschen Meisterschaften 2014 in Saarbrücken hat der SR gebracht. Es wurde jeweils eine Übung in der Disziplin Mixpaare und der Disziplin der Herrengruppen gezeigt und ein Interview mit dem DSAB Präsidenten Oliver Stegmann durchgeführt.¹¹³ Im Jahr 2014 wurde ein neunminütiger Bericht über die Turngemeinde in Berlin 1848 e.V. in dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk Berlin-Brandenburg

¹⁰⁷ Vgl. Schipfel, 2008: Sportakrobatik im Fernsehen / Kurznachrichten

¹⁰⁸ Vgl. Schipfel, 2010: Janina Hiller und Sophia Müller beim Supertalent 2010

¹⁰⁹ Vgl. Schipfel, 2010: DMM und WeNa-Pokal zweimal im Fernsehen

¹¹⁰ Vgl. Schipfel, 2009: Finale der Sportakrobaten im Fernsehen

¹¹¹ Vgl. Dresden-Fernsehen, 2011: DSC-1898 Sportakrobatik Dresden Fernsehen

¹¹² Vgl. Rhein-Neckar Fernsehen, 2013: Sportakrobatik: Horst-Stephan Pokal in Nieder-Liebersbach

¹¹³ Vgl. Acro Sport TV, 2014: Sportakrobatik Deutsche Meisterschaften – Saarbrücken 2014-SR Fernsehen

gezeigt und dabei der soziale Aspekt dieser Sportart betrachtet.¹¹⁴ Ziemlich umfangreich war der Bericht über die Deutsche Meisterschaften 2015 in Schwerin im Norddeutschen Rundfunk.¹¹⁵ Dieser und einige anderen Berichte sind nicht mehr zu sehen, denn sie wurden nach sieben Tagen gelöscht und nicht auf anderen Medien, wie zum Beispiel YouTube, gespeichert. Dazu zählen die Beiträge über die Europa-Meisterschaft 2015 in Riesa auf dem MDR oder dem Hessen Pokal 2015 im HR. Es bleibt zu erwähnen, dass eine Gruppe der Sportakrobaten 2015 wieder in der Sendung „Das Supertalent“ teilgenommen hat, was für die Sportart eine Werbung darstellt.¹¹⁶

Die Verfasserin stellte fest, dass nur vereinzelt Beiträge der Sportakrobatik vorrangig über regionale Sender ausgestrahlt wurden. Die Hauptthemen sind die Leistung einzelner lokaler Sportler oder das Vereinsleben. Die Analyse zeigt deutlich, dass während der Sendezeiten, in denen die Einschaltquoten nicht hoch sind, die Sportakrobatik zu sehen war. Eine Ausnahme bilden die Auftritte bei Sendungen, wie „das Supertalent“, welche über den Sender RTL während der besten Sendezeit ausgestrahlt wurden. An dieser Stelle ist zu erwähnen, dass die Autorin keine Gewährleistung für die Vollständigkeit der Beiträge gibt, da aufgrund des Rundfunkstaatsvertrages die Beiträge in den Mediatheken innerhalb von sieben Tagen gelöscht werden.

¹¹⁴ Vgl. Hassepaß, 2014: Der RBB in unserem TiB-Akrobatik-Zentrum

¹¹⁵ Vgl. NRD, 2015: Die Deutsche Meisterschaft der Sportakrobatik

¹¹⁶ Vgl. RTL, 2015: Die Showgruppe POWER bei Das Supertalent 2015

4 Kommunikationskonzept SC Riesa Sportakrobatik

4.1 Analyse (Ist-Zustand)

In diesem Kapitel analysiert die Autorin die allgemeine Lage und die Kommunikation der Abteilung Sportakrobatik im SC Riesa. Die in dieser wissenschaftlichen Arbeit beschriebene Abteilung sollte lediglich als ein Beispiel dienen, um die einzelnen Sachverhalte zu analysieren und letztendlich die Erkenntnisse als effektive Maßnahmen anzuleiten. Die Schlussfolgerungen der Analyse sind bundesweit auf andere Vereine anwendbar. Die Kommunikation als Gegenstand dieser Analyse begründet sich damit, dass die Autorin in der Optimierung der Außen- und Innenkommunikation der Sportsparte eine Beschleunigung des Eintritts in das Olympische Programm sieht.

4.1.1 Ausgangslage

Die damalige Industriestadt Riesa zeigt sich gegenwärtig als eine anerkannte Sportstadt mit vielen modernen Sportstätten. In einer der größten Veranstaltungshallen Sachsens, der „SACHSENarena“, finden diverse Deutsche Meisterschaften, Europameisterschaften und Weltmeisterschaften in verschiedenen Sportarten statt.¹¹⁷ Doch es sind nicht nur die Sportveranstaltungen, die die Stadt zu einer Sportstadt auszeichnen. Auch die einzelnen erfolgreichen Abteilungen im SC Riesa wirken sich vorteilhaft auf das Prestige Riesas aus. Eine davon ist die Sportakrobatik, die durch die Weltmeisterschaft 1995 das Image der „Sportstadt“ für Riesa etabliert hat.¹¹⁸

In Bezug auf die Kommunikation bemerkt die Sportakrobatik einen Rückstand im Vergleich zum Turnen, der Rhythmischen Sportgymnastik und dem Trampolinturnen, die durch den DTB eine weitreichende Unterstützung bezüglich der Kommunikation erhalten. Dies offenbart sich vor allem in der schleppenden Akquisition von Sponsoren. Ein

¹¹⁷ Vgl. FVG Riesa mbH, o.J.: Technische Daten

¹¹⁸ Vgl. SC Riesa, o.J.: Geschichte

weiterer Schwerpunkt bleibt außerdem die Pflege zu bestehenden Sportlern, Sponsoren und Ehrenmitgliedern.

Die geringen personellen und finanziellen Ressourcen erschweren die Entwicklung einer effektiven Kommunikation erheblich, deswegen ist ein Kommunikationskonzept erforderlich. Dennoch bestehen in diesem Sport Werte und Eigenschaften, die für ein interessantes Außenbild relevant sind. Dieses Konzept soll vordergründig die effektivsten Mittel für die Ansprache der Zielgruppe liefern und helfen neue Sportler und Sponsoren zu akquirieren. Mit den Maßnahmen, die finanziell nicht ins Gewicht fallen, soll das Image der Sportakrobatik optimiert und die Sportart national und international neu positioniert werden.

4.1.2 Bisherige Kommunikation

In diesem Kapitel werden die Kommunikationsmittel, die aktuell in der Sportakrobatik im SC Riesa angewendet wurden, betrachtet und ausgewertet werden. Bei der Auswertung der Daten beachtet die Autorin die Tatsache, dass es sich nicht um ein kommerzielles Unternehmen, sondern um einen Verein handelt.

Wie es heutzutage mittlerweile unerlässlich ist, nutzt der Verein für die Kommunikation das Internet, dadurch, dass das Internet nicht nur das regionale Publikum, sondern weit-übergreifend weltweit alle relevanten Rezipienten angesprochen werden. Die schnellste Informationsverbreitung findet auf den Internetplattformen, wie Facebook, Instagram, YouTube und Twitter statt.

Der Verein der Sportakrobatik in Riesa ist auf Facebook und YouTube aktiv. Die Facebook Seite ist das Hauptkommunikationsmittel. Aktive Sportler sind als Administratoren zugelassen und können Informationen veröffentlichen. Das hat zum einen den Vorteil, dass die Sportler aktuelle Neuigkeiten der Wettkämpfe regelmäßig veröffentlichen können. Aber den Nachteil, dass zu häufig gepostet wird, sodass ein Überschuss an Informationen zustande kommt und quantitative Mängel entstehen können. Trotz dessen, dass sich mehrere Personen die Administratorenrechte teilen, tauchen Zeitperioden auf, in denen über Wochen keine Aktivitäten seitens des Vereins in den sozialen Netzwerken getätigt werden. Drei bis vier Beiträge die Woche sind ein geeignetes Richtmaß, um in einem sozialen Netzwerk präsent zu bleiben. So bleibt der Informationsfluss stetig erhal-

ten, ohne die Zielgruppe zu überlasten. Die Abteilung besitzt zudem einen eigenen YouTube-Kanal, auf dem Videos von den Formationen aus Riesa editiert sind. Es werden jedoch nur von wenigen Wettkämpfen Dateien hochgeladen, da nur eine Person dafür zuständig ist. Ansonsten könnten zusätzlich Videos von Auftritten oder innerhalb des Trainings gemachte Aufnahmen, die auf dem vereinsinternen Kanal auftauchen, hochgeladen werden.

Über das Internet wird auch eine vereinseigene Homepage betrieben. Obwohl die Webseite ein wichtiger Bestandteil der Kommunikation darstellt, werden die Internetplattformen tendenziell öfters von den Rezipienten genutzt, da die mediale Vernetzung durch die Vielzahl der Benachrichtigungsmöglichkeiten enorm ist. Die Seite ist klar strukturiert und einheitlich aufgebaut. Es gibt auf der linken Seite eine Auswahlleiste, an der sich der Nutzer orientieren kann.¹¹⁹ Das Design der Internetseite ist jedoch nicht modern gestaltet. Außerdem stehen in der Rubrik „News“ veraltete Neuigkeiten, welche durchaus aktualisiert werden sollten. Die Berichte der Facebook-Seite sind identisch mit den Texten der Homepage. Auf der vereinseigenen Webseite ist der geschichtliche Aspekt gut ersichtlich. Vergangene Erfolge, inklusive ehemaliger Formationen, sowie die gesamte Historie der Sportakrobatik in Riesa finden sich hier wieder.

Die Abteilung ist auch im Printbereich tätig. Die lokale Presse veröffentlicht vor den jeweiligen nationalen und internationalen Meisterschaften Zeitungsartikel. Dadurch wird die allgemeine Wahrnehmung des Vereins auf die Rezipienten gesteigert. Weiterhin gestaltet der Verein vor den heimischen Wettkämpfen Flyer und Plakate, welche anschließend in den lokalen Gebieten distribuiert werden. Diese Plakate weisen allerdings jedes Mal ein anderes Design auf, sodass eine klare Linie beziehungsweise eine Corporate Identity nicht zu erkennen ist. Dies hat zur Folge, dass eine Verbindung zur Sportakrobatik nur selten hergestellt wird. Daher wäre ein einheitliches Design, welches sich in vielen Kommunikationsmitteln widerspiegelt äußerst hilfreich. Denn durch eine gezielte Corporate Identity, welche soziale und persönliche Aspekte in den Vordergrund stellt, würde die Abteilung die klassischen Werte wie „Vertrauen“, „Gemeinschaft“, „Personalisierung“ und „Interaktion“ vermitteln.¹²⁰

¹¹⁹ Vgl. SC Riesa, 2015: Willkommen auf der Homepage der Riesaer Sportakrobaten

¹²⁰ Vgl. Birkigt, Stadler u. Funck, 2000: Corporate Identity: Grundlagen Funktionen Fallbeispiele, S.209

Bei Wettkämpfen oder Auftritten, die der Verein bestreitet oder ausrichtet, können Personen einen Blick auf den Sport werfen. Besonders der SC Riesa, der zu den besten Vereinen in Deutschland gehört, kann als Vorzeigeverein bei den Wettkämpfen gesehen werden und ein positives Außenbild für die Sportart an den Außenstehenden übertragen. Die Zuschauerbeteiligung hält sich dabei in Maßen, da es sich größtenteils um Sportakrobatikinteressierte oder Familie und Freunde der Sportler handelt.

Ziel ist es, mit einer veränderten Positionierung und einem ausgeprägten Image viele neue Zuschauer, Sportler und Sponsoren zu akquirieren. Dies bedarf auch einer Imagepflege, die langfristig wirken soll. Zusammengefasst besteht in gewisser Art ein Spektrum an Kommunikation. Es gilt jedoch diese richtig einzusetzen und auch regelmäßig zu aktualisieren.

4.1.3 Zielgruppenanalyse

Die Ziele der Kommunikation können nur dann erreicht werden, wenn die Zielgruppen und deren Ansprüche bekannt sind. Die Identifizierung der Bedürfnisse und der Wünsche der Zielgruppen fördert die Effektivität der Kommunikation mit dem Rezipienten. Außerdem geht es darum, eine Differenzierung vorzunehmen, welche Zielgruppe mit welchen Kommunikationsinstrumenten am besten zu erreichen sind. Die Aufteilung der Zielgruppen beruht auf der Quelle „Kommunikationspolitik“ von Manfred Bruhn und unterscheidet vier Aspekte bei der Spezifizierung der Zielgruppen.¹²¹

1. Demographische Kriterien
2. Sozioökonomische Kriterien
3. Verhaltenskriterien
4. Psychologische Kriterien

Da zu unseren Zielpersonen Kinder und Jugendliche und deren Eltern und Sponsoren gehören, sieht die Gliederung der Zielgruppe in tabellarischer Form wie folgt aus.

¹²¹ Vgl. TWT Interactive GmbH, 2013: In 4 Phasen die richtige Zielgruppe erreichen

| Junge Personen | Eltern | Sponsoren |
|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------|
| Sozioökonomische Merkmale | | |
| In der Ausbildung/ Schule | geregeltes Einkommen | Einkommen |
| geringes/ kein Einkommen | Berufung/ Ausbildung vorhanden | Berufung vorhanden |
| Wohnhaft bei Eltern | Erfahrung vorhanden | Erfahrungen |
| | Kultur vorhanden | |
| Psychographische Merkmale | | |
| Geringes Sicherheitsbedürfnis | Hohes Sicherheitsbedürfnis | Wunsch wachsendes Kapital |
| Wunsch nach Spiel und Spaß | Gesundheitsorientiert | Image Steigerung |
| Lernbegierig | | Status |
| | | prestigeorientiert |
| Demographische Merkmale | | |
| 5-16 Jahre | Über 25 Jahre | Über 20 Jahre |
| Männlich und weiblich | Haushalt mit Kind | Haushalt vorhanden |
| Keine/ geringe Haushaltsgröße | Männlich und weiblich | Männlich und weiblich |
| Verhaltenskriterien | | |
| Hohe Mediennutzung | Qualitätsbewusst | Qualitätsbewusst |
| Kaufverhalten nach Trends | Preisbewusst | Preisbewusst |
| kein Preisbewusstsein | Hohe Mediennutzung | |

Tabelle 8: Zielgruppenanalyse. Quelle: eigene Darstellung

Jede der drei Zielgruppen hat unterschiedliche Kommunikationsbedürfnisse und fordert andere Kommunikationsinstrumente, um die Streuverluste zu minimieren und die Effizienz der Kommunikation zu maximieren.¹²²

¹²² Vgl. Bruhn, 2007: Kommunikationspolitik, S.208

1. Junge Personen im Alter von vier bis 16 Jahren:

Diese Zielgruppe ist noch in der Phase der Bildung einer eigenen Persönlichkeit und testet gerne Neues aus. Dabei hat sie den Anspruch nicht nur das Praktische auszuprobieren, sondern auch Spiel und Spaß dabei zu haben. Die weiteren Attribute, wie Erfolg zu haben und Anerkennung zu erleben, verstärken die Wirkung der Kommunikation. Als Kommunikationsinstrumente eignen sich für diese Gruppe ein Tag der Offenen Tür oder Schnupperkurse besonders gut. Für die etwas älteren Jugendlichen sind zusätzlich noch die Sozialen Medien von großer Bedeutung. Angesprochen werden Jungs wie auch Mädchen gleichermaßen, obwohl meist die Mädchen sich mit dieser Sportart identifizieren. Der Fokus liegt auf den Personen, die in Riesa und Umgebung wohnen. Dennoch kann der Kreis der in Frage kommenden Jugendlichen auf ganz Deutschland ausgeweitet werden, da das Sportinternat zusammen mit dem Sportgymnasium die besten Möglichkeiten für die Ausbildung bietet.

2. Eltern der jungen Personen:

Wichtig ist es nicht nur, das Kind anzusprechen, sondern auch die Eltern, da sie die Sportart für ihre Kinder mitbestimmen. Außerdem unterstützen sie ihre Kinder bei der Ausübung. Die Eltern sind eine anspruchsvolle Gruppe, denn sie begutachten den Einfluss des Sportes auf Ihre Kinder sehr vielseitig. Sie überprüfen, ob diese Sportart mit der Kindererziehung, die sie anstreben, übereinstimmt, gesundheitlich für die Kinder nicht schädlich ist und gesellschaftlich die Kinder fördert. Der soziale Aspekt und das Wohlbefinden des Kindes in der Gruppe sind auch von Bedeutung, genauso wie die religiöse Zugehörigkeit, denn nicht in jeder Religion können knapp angezogene Kinder sich öffentlich zeigen. Für diese Zielgruppe sind Presse und Aufklärungs-Literatur, sowie Videos und Fernsehbeiträge sehr geeignete Kommunikationsinstrumente. Des Weiteren liefern digitale Medien und Internetplattformen den Eltern Informationen.

3. Sponsoren, die die Sportart finanziell unterstützen.

Zu dieser Zielgruppe gehören Firmen und Unternehmen, die in Riesa und Umgebung aber auch deutschlandweit angesiedelt sind. Sportbezogene Unternehmen, wie Krankenkassen, Fitnesszentren, Physiotherapeuten und die Hersteller von Sportbekleidung und Sportartikeln wollen durch das Sportsponsoring ihr gesundheitliches und sportliches Leitbild verstärken. Andere Unternehmen streben durch ein sportliches Engagement die Verbesserung ihres Images an. Mit dem Kommunikationsmittel der Printmedien können sie gut erreicht werden. Natürlich achtet ein Sponsor immer auf die Stellung zu seinen

Co-Sponsoren. Besonders attraktiv für ihn wäre ein Titel-Sponsorship, bei dem das unterstützende Unternehmen im Wettbewerbstitel auftaucht und somit einen großen Teil der Werbeaufmerksamkeit bekommen würde.¹²³

Die Analyse der Zielgruppenerreichbarkeit durch die Kommunikationsinstrumente unterstützt die Kosten-Nutzen-Analyse und infolgedessen die Wirtschaftlichkeit der Kommunikationsmaßnahmen.

4.1.4 Potenzialanalyse

In diesem Teil werden die Kompetenzen, Stärken und die inhaltlichen Merkmale der Abteilung Sportakrobatik im SC Riesa untersucht, um die Fähigkeitspotenziale für die Zukunft zu erörtern. Die einzelnen Bereiche werden als Ist-Zustand erfasst und die daraus entstehenden Potentiale werden explizit ermittelt. Bei ihrer Betrachtungsweise lotet die Autorin neue Anhaltspunkte für die Optimierung der vorhandenen Potentiale aus. Die aufgelisteten Bestandteile spiegeln nur die Eindrücke und die Erfahrungen der Verfasserin, die während der aktiven Betätigung in der Abteilung entstanden sind. An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass die Autorin eine objektive Beurteilung verwendet hat.

Der Verein kann langfristig gesetzte Ziele nur dann erreichen, wenn er einige Kenntnisse über seine genutzten und ungenutzten Potenziale hat. Die Erkenntnis, welche Potenziale bereits genutzt werden, bezieht der Verein aus der Gegenüberstellung der Begebenheiten und Kompetenzen sowie der Analyse der Stärken und Schwächen der Abteilung. Die Verfasserin hat für die Auswertung der Potenziale die Begebenheiten, wie die Tradition, die Bekanntheit, das Marketing im Bereich Online, Public Relations, Print und Eventmarketing, das Trainerpotenzial, die Ehrenamtlichen, das Gebäude, die Lage und die Beziehungspflege zu den Sportlern ausgewählt.

In der langen Tradition der Sportakrobatik in Riesa wird schnell ersichtlich, dass der Verein zwar standhaft, aber erfolgreich arbeitet. Die traditionelle Arbeitsweise hindert den Verein nicht daran einige moderne Vorgehensweisen umzusetzen. Die Traditionsträger, wie zum Beispiel die ehemaligen Sportler, sind aufgeschlossen für das Neue und stehen

¹²³ Vgl. Bruhn, 1987: Sponsoring, Unternehmen als Mäzene und Sponsoren, S.117

den Aktiven mit ihrem Wissen und Erfahrungen zur Seite. Die Verdichtung des Traditionellen mit dem Gegenwärtigen erzeugt ein Wohlfühlfaktor aktiven Sportler. Das ist das Potential, dessen Aufbau eine lange Zeit benötigt und von größter Bedeutung für die emotionale Bindung ist, deshalb soll dies sorgfältig geschützt werden.

Die Steigerung der Bekanntheit des Vereins und der Sportart kann für eine enorme Veränderung für diese Sportart und die Gesellschaft sorgen. Die Popularisation der Sportakrobatik in Riesa stellt den Verein einerseits vor eine große Herausforderung, andererseits bietet sie enorme Chancen nicht nur für die Sportart in Riesa. Der Faktor der Bekanntheit beinhaltet das Image der Sportart, welche mit der Verbreitung des Wissens über die Sportakrobatik aufgebessert wird. Denn die Rezipienten verwechseln die Sportart meist mit anderen Turnsportarten. In der Popularisierung dieser Sportsparte ergibt sich die Möglichkeit, dass die Sportakrobatik als eigenständiger Sport anerkannt wird. Durch den direkten Kontakt mit dem Sport verändern sich das Bewusstsein und die Wahrnehmung für diesen Sport.

Das Gebäude und die Trainingsstätte des SC Riesa bietet alles, was die Sportler für eine entsprechende Ausbildung zum Erfolg benötigen. Sie ist hoch genug für die vielen Flugelemente, besitzt einen eingebauten zwölf mal zwölf Meter Sprungboden, eine Schaumstoffgrube und sogar ein Trampolin. In Riesa ist diese Turnhalle nur für die Sportakrobaten vorgesehen und muss sich nicht mit anderen Sportlern geteilt werden. In den Ferien hat das den Vorteil, dass zu jeder Zeit trainiert werden kann und Trainingslager veranstaltet werden können. Dieses Gebäude sollte dennoch saniert werden, denn es kommen Dachschäden deutlich zur Geltung.

Ein weiterer Faktor für diese Analyse sind die ehrenamtlichen Helfer. Die Abteilung hat ehrenamtliche Helfer, die für den Verein von essentieller Bedeutung sind. Ohne sie würden die vielen Wettkämpfe, Auftritte und organisatorischen Maßnahmen nicht zustande kommen. In vielen Vereinen müssen oft die Trainer selbst die Wettkämpfe und diverse Veranstaltungen planen, aber in Riesa konzentrieren sie sich auf ihre Kerntätigkeit.

Da sich die Trainer in Riesa komplett auf das Training konzentrieren können, investieren sie mehr Zeit für die einzelnen Sportler und können individuell mit ihnen arbeiten. Schon bevor der Cheftrainer Igor Blintsov zum Bundestrainer wurde, galt er als einer der besten Trainer Deutschlands. Die Trainer in Riesa aktualisieren fortlaufend ihren Wissenstand und nehmen an Weiterbildungen teil.

Die Sportler in Riesa fühlen sich wohl. Da das Training fast täglich stattfindet, kommen sich die Sportler entsprechend nahe und wachsen zu einer kleinen Familie. Auch ehemalige Sportler sind immer willkommen. Oft kommen ehemalige Sportler zu den Wettkämpfen oder auch in das Training in Riesa. Daran kann erkannt werden, dass auch diesen Sportlern die Zeit in dem Verein gefallen hat.

Im Bereich der Onlinemedien besitzt der Verein eine eigene Webseite, die einen Nachholbedarf bezüglich der Modernisierung hat. Des Weiteren unterhält der Verein eine Facebook-Seite, die über 800 Fans hat, und einen YouTube-Kanal, der ab und zu Videos von Wettkämpfen hoch lädt. Im Bereich des Prints werden nach Wettkämpfen lokale Zeitungsartikel erstellt. Außerdem werden vor Wettkämpfen in Riesa Flyer und Plakate für die Veranstaltung in Riesa und Umgebung verteilt und aufgehängt.

Riesa gilt als Kleinstadt im Osten Deutschlands, hat 31.000 Einwohner und liegt ländlich in der Mitte zwischen Leipzig und Dresden, jedoch mit einer gewissen Entfernung von ca. 60 bis 80 Kilometern. Das bedeutet, es gibt zwar Grundschulen und weiterführende Schulen, jedoch wenige Möglichkeiten, nach der Schule ein Studium in Riesa zu beginnen. Viele der Gymnasiasten verlassen aus diesem Grund nach der Schule Riesa und ziehen in eine Großstadt. Somit hat der Verein wenig Sportler, die nach der Schulzeit noch in der Sportakrobatik bleiben. Auch die Stadt allgemein gilt als wenig ansprechend. Für Jugendliche, die aus einer Großstadt kommen, ist es schwer vorstellbar in Riesa zu wohnen, um den Sport zu betreiben.

Anhand der vorgestellten Potentiale stellt die Verfasserin fest, dass der Verein Trainerqualität, ein eigenes Gebäude sowie Tradition und ehrenamtliche Mitglieder aufweist, welche gemeinsam die Stärke dieses Vereins bildet. Daraus ergeben sich die Chancen, dass weiterhin die nächsten Jahre der Erfolg des Vereins stetig bleibt. Das Risiko, dass sich durch zu wenig Sportler breitmacht, wird durch die gute Beziehung zu den Sportlern und über wachsende Bekanntheit minimiert. Durch die ehrenamtlichen Helfer, die die organisatorischen Punkte übernehmen, können sich die Trainer ganz auf ihren Trainerjob konzentrieren. Wenn das Marketing verbessert wird, steigt auch gleichzeitig die Bekanntheit des Vereins und des Sports.

4.1.5 SWOT-Analyse

Bevor mit der Planung einer Marketingstrategie und den internen und externen Maßnahmen begonnen wird, ist es notwendig die SWOT-Analyse für den Verein durchzuführen. In der SWOT-Analyse werden die Stärken (Strength), die Schwächen (Weaknesses), die Chancen (Opportunities) und die Risiken (Threats) des Vereins zusammengetragen, die eine realistische und selbstkritische Ausgangssituation abbildet.¹²⁴ Ziel der SWOT-Analyse ist es aufzudecken, welche Stärken der Verein nutzen kann, um mögliche Chancen zu realisieren und welche Schwächen der Verein in Stärken umwandeln kann, um das Risiko zu minimieren. Infolgedessen basiert die Analyse der Chancen und Risiken auf der Analyse der Stärken und Schwächen.

| Stärken - Strengths | Schwächen - Weaknesses |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Die Facebook-Seite • Zusammenarbeit mit dem SC Riesa und der Stadt Riesa • Erfolgreicher Verein in Deutschland • Eigene Trainingsstätte • Gesundheitsförderung | <ul style="list-style-type: none"> • Beiträge und Anschaffungskosten • Nur junge Personen können die Sportart betreiben • Bekanntheit • Lage |
| Chancen - Opportunities | Risiken - Threats |
| <ul style="list-style-type: none"> • Imageaufbau • Weiterer Anstieg an neuen Mitgliedern • Interesse wird an Sponsoren und Neumitgliedern geweckt | <ul style="list-style-type: none"> • Image wird nicht aufgebaut • Verwechslung zu anderen Sportarten |

Tabelle 9. SWOT - Analyse. Quelle: eigene Darstellung

Mit zu den wichtigsten Stärken des Vereins gehört die Facebook-Seite, angesichts der Menge an „Gefällt mir“-Angaben, welche die Nutzungsintensität durch die Vereinsmitglieder für die interne und externe Kommunikation besagt. Außerdem bildet die Facebook-Seite, durch die Teilnehmer, Kommentare und „Gefällt mir“-Klicks, ein aktuelles

¹²⁴ Vgl. Paul, Vollrad, 2011: Instrumente des strategischen Managements: Grundlagen und Anwendungen, S.81ff

Stimmungsbarometer für den Verein. Zu den weiteren Stärken zählt die vertrauensvolle und beständige Zusammenarbeit mit dem SC Riesa und der Stadtverwaltung Riesa. Der Verein bekommt von beiden Organisationen eine Unterstützung in verschiedener Form zugeteilt. Mal sind das die Busse für die Wettkämpfe, mal freie Eintrittskarten für das städtische Schwimmbad. Vor internationalen Wettkämpfen, wie Europa- oder Weltmeisterschaften, wird die Mannschaft von der Stadtverwaltung herzlich verabschiedet und nach der Rückkehr der Wettkämpfe im offiziellen Kreis empfangen. Nicht ohne Bedeutung ist die Tatsache, dass die Stadt Riesa ihre Leitidee der Sportstadt realisiert und eigene gute leistungsfähige Vereine im turnerischen Bereich, wie dem Kunstturnen, unterstützt. Eine Relation mit diesen heimischen Vereinen zählt zu den Stärken der Sportakrobatik in Riesa. Die letzte, aber nicht geringste Stärke des Vereins ist die Trainingsstätte, die alle Möglichkeiten einer guten akrobatischen Ausbildung bietet und die städtischen Sporthallen, dank denen all diese großformatigen Wettkämpfe zustande kommen können. Die werbewirksame Stärke ist, der durch die Ausübung des Sports erreichter Mehrwert in Form einer allgemeinen Fitness, da Sport, Ausdauer, Kraft und Beweglichkeit verlangt.

Der Verein ist von den Schwachstellen nicht geschont. Generell darf bei dieser Sportart nicht vor Kosten gescheut werden, denn es müssen Trainingsklamotten, die Mannschaftstrikots, die Wettkampfanzüge und die Reisekosten selbst gezahlt werden. Zum anderen bietet sich der Sport nur für eine entsprechende Altersgruppe an. Personen, die über 30 Jahre alt sind, können selten diesen Sport auf hohem Niveau ausüben, wegen des zeitlichen Aufwands oder wegen der körperlichen Verfassung. In der Altersklasse Senioren sieht die Wettkampfordnung vor, dass der Oberpartner mindestens 15 Jahre alt sein muss. Auf Grund dieses Regelwerks ist die Anzahl der Formationen in der Seniorenklasse gering. Es gibt wenige Jugendliche in diesem Alter, die eine entsprechende Körperform, Gewicht und die Fähigkeit des Obermanns besitzen. Ein erheblicher Nachteil für den Verein stammt aus der geographischen Lage der Stadt Riesa. Riesa gehört zu den kleinen unbekannten Städten in Ostdeutschland, abseits von Metropolen. Folglich ist die Stadt nicht im Stande, ihren Jugendlichen genügend Attraktivität, wie es eine Großstadt könnte, anzubieten. Deswegen verlassen viele junge Menschen die Stadt Riesa aufgrund von Ausbildungs- oder Arbeitsplatzmangels.

Mit dem Auftritt in den Bereich Onlinemedien wie YouTube und Facebook besteht die Chance, neue Sportler aus ganz Deutschland nach Riesa zu werben. Auf diese Weise kann das Risiko, zu wenig Formationen wegen fehlenden Oberpartner in der Senioren-

klasse, minimiert werden. Ferner ermöglichen die Beziehungen mit anderen turnerischen Vereinen einen Zuzug guter Leistungssportlern, die als Quereinsteiger ihre Karriere in der Sportakrobatik verwirklichen können. Verursacht durch die eher abgeschiedene Lage bietet die Stadt Riesa günstige Aufenthaltsmöglichkeiten und da sie zugleich über viele Veranstaltungsstätten verfügt, eignet sie sich hervorragend für die Ausrichtung von großen Events, auch zusammen mit Kunstturnen oder Rhythmischer Sportgymnastik. Das Risiko besteht jedoch darin, dass infolge der geografischen Lage, die Stadt Riesa wenig Publikum für die Veranstaltungen werben kann. Als Resultat bleibt das Risiko keine Kostendeckung zu erreichen und zusätzlich keine Publizität zu erreichen. Unter Berücksichtigung des Aspekts der Fitness bestehen die Chancen, die Sportart als Werbemittel bei entsprechenden Wirtschaftsunternehmen oder städtischen Organisationen zu wagen. Daraus können Sponsoring und Imageverbesserungen resultieren.

4.1.6 Fazit der Situationsanalyse

Die in den vorherigen Seiten beschriebene Ausgangslage bietet eine äußerst positive Basis für die weitere Gestaltung der Maßnahmen und Strategie. Der Verein nutzt teilweise die vorhanden Potenziale und versucht die Schwächen zu umgehen. Nichtsdestotrotz ist eine Justierung in puncto Marketingstrategie von Vorteil. Denn eine gut geplante Kommunikation als Teil der Marketingstrategie ist förderlich für den Verein und die Sportsparte. Erfahrungsgemäß ist es außerordentlich wichtig an die zukünftige Entwicklung des Vereins vorausschauend zu denken, um die Kontinuität und den guten Ruf des Vereins langfristig zu behalten.

4.2 Strategie (Soll-Zustand)

Die erarbeiteten Theorien, welche die Analyse und Einschätzung der derzeitigen Situation der Thematik einschließen, werden in dem hier beschriebenen Abschnitt geplant und in die jeweiligen Strategien integriert. Weitestgehend werden die primären Ziele geschildert und die Kommunikationsinhalte wiedergegeben. Die Frage nach der Aussage, welche sich hinter dem gesamten Konzept in Form der Kommunikationsmaßnahmen stellt, wird weitestgehend geklärt und erläutert.

4.2.1 Kommunikationsziele

Das primäre Ziel einer Kommunikation ist es eine Wirkung auf den Rezipienten auszuüben und ihn für das strategisch geplante Vorhaben zu gewinnen. Die Strategie einer Organisation, in diesem Fall eines Vereins, bildet ein Leitbild, welches in die Vision und die Mission aufgeteilt werden kann.¹²⁵

Die Vision beinhaltet das langfristige Ziel für den Verein und gibt klare Hinweise, wo sich die Organisation in der Zukunft positionieren möchte. Die Sparte Sportakrobatik strebt eindeutig in Richtung Olympia, was die Vision für diese Sportart konkretisiert und zwar die Zulassung zu den Olympischen Spielen. Der Verein in Riesa hat dieses Ziel auch im Visier, wenn auch vorweg die Zunahme der Bekanntheit in der Region eher den Vorrang einnimmt. Die Steigerung der Bekanntheit dient zugleich dem übergeordneten Ziel, der Teilnahme an den Olympischen Spielen, denn gute Publizität ist eines der Kriterien der Olympischen Kommission, die von der Sportakrobatik noch verbessert werden muss. Die Mission spiegelt den Hauptgedanken der Vision wieder und gibt das Statement, welches dabei wichtig ist und auf welche Weise das Ziel erreicht wird. Die Aufgabe der Mission ist es, die Vision im täglichen Handeln zu reflektieren und das strategische Vorhaben der Zielgruppe zu vermitteln. Für die Sportakrobatik in Deutschland wurde als Mission die Akquise neuer Mitglieder und Sponsoren identifiziert. Die Mission des Vereins in Riesa beinhaltet ebenso den Mitgliederzuwachs und die Erschließung neuer Finanzquellen über den regionalen, wie auch überregionalem Sponsoring.

4.2.2 Kommunikationsinhalte

Durch das Wirken nach Außen befindet sich der Verein im stetigen Dialog mit dem Rezipienten und ruft die Entstehung eines Status Quo Bildes in der Wahrnehmung der Menschen hervor.¹²⁶ In der Interaktion mit dem Empfänger wäre es indessen wichtig, nicht nur den Ist-Zustand zu erörtern, sondern auch den Soll-Zustand mindestens ansatzweise anzudeuten. Den Soll-Zustand, also die Werte, die den Verein von anderen Vereinen unterscheiden, umreißt eine kommunikative Leitidee.

¹²⁵ Vgl. Bornemann, 2014: Mission Statement und Vision Statement

¹²⁶ Vgl. Manfred Bruhn, 2007: Kommunikationspolitik: Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen, S.115

„Eine kommunikative Leitidee ist die Formulierung einer Grundaussage über das Unternehmen bzw. Das Bezugsobjekt der Kommunikation, in der die wesentlichen Merkmale der Positionierung enthalten sind.“¹²⁷

Die kommunikative Leitidee besteht aus einem Slogan und einem Schlüsselbild, die das Alleinstellungsmerkmal des Vereins durch spannende und kreative Inhalte unterstreichen.¹²⁸ Der Slogan soll mit höchstens zwei oder drei Wörtern eine ganze Geschichte erzählen können und das Schlüsselbild, das meist in Form eines Logos vorkommt, soll die Geschichte illustrieren. Beide Darstellungselemente beinhalten die vier Aspekte einer Aussage: Sachinhalt, Appell, Beziehung, Selbstoffenbarung, die durch die kurze Form noch intensiver wirken.¹²⁹

Des Weiteren soll diese kompakte Version der Leitidee die von dem Verein ausgewählten Botschaften enthalten, wie z.B.: Individualität, Kompetenz, Vertrauen, Fitness, Engagement, Zusammengehörigkeit, Soziale Kompetenz etc. In einer kreativen Leitidee verbergen sich mehrere untergestellte Kernbotschaften, um die Zielgruppen effektiv anzusprechen. Einer der untergestellten Kernbotschaften könnte die individuelles Interesse an Anerkennung sein, welche ein Grund für den Eintritt in einen Sportakrobatik Verein könnte.¹³⁰

Es gibt keine verbindlichen oder eindeutigen Lösungsvorschläge für eine überzeugende Leitidee, deswegen es ist ratsam, hier einem professionellen Unternehmen den Auftrag zu erteilen, eine Leitidee für eine konsistente Kommunikation zu erfinden. Um die Corporate Identity durch einheitliche Kommunikation nach außen zu gewährleisten, können nicht nur Plakate, Flyer oder Webseite für die Leitidee genutzt werden. Auch Anzüge, Vereinsgebäude und andere Kommunikationsinstrumente können mit der Botschaft der Leitidee die Zielgruppen ansprechen.

¹²⁷ Bruhn, 2007: Kommunikationspolitik, S.193

¹²⁸ Vgl. Ebenda, S.116

¹²⁹ Vgl. OpenPM, 2012: Kommunikation: Die Seiten einer Botschaft

¹³⁰ Vgl. Jahn 2012: Konsumentenwert: Konzeptualisierung und Analyse der Wirkung und Loyalität am Beispiel eines Festivals, S.113

4.3 Umsetzung

Im Allgemeinen sind in diesem Teil der Arbeit die gesamten planerischen und finanziellen Aufwendungen aufgeschlüsselt, welche von Nöten sind, um das theoretisch erarbeitete Gesamtkonzept letztendlich zu verwirklichen. Ziel ist es, so realistisch und sachlich wie möglich vorzugehen und eine zu optimistische Einschätzung der ausgearbeiteten Maßnahmen zu vermeiden.

4.3.1 Maßnahmen

Im folgenden Schritt werden Ideen gesammelt, die dabei helfen, die externe Kommunikation der Abteilung zu verbessern. Im Großen und Ganzen basiert die Wahl des Kommunikationsinstrumentes auf der unterschiedlichen Aufmerksamkeit der verschiedenen Rezipienten-Gruppen.¹³¹ Die folgend beschriebenen Maßnahmen sollten lediglich eine Empfehlung bilden, die der Sportakrobatik in Riesa als eine Art Anhaltspunkte dienen können. Außerdem sollen sie mit gewisser Flexibilität auf ihre Aktualität begutachtet werden, ob sie die Ziele der Kommunikationsstrategie noch erfüllen können. Obendrein ist es substanziell für das Image des Vereins, die Bewerksstellung aller Maßnahmen frühzeitig zu planen und sorgfältig durchzuführen. Die Autorin hat keine Gewichtung der Maßnahmen vorgenommen, da eine ausgeglichene und kontinuierliche Kommunikation angestrebt wird. Inhaltlich legt die Autorin einen Wert darauf die Rezipienten auf emotionaler Ebene abzuholen und mittels gestalterischen und aktiven Elementen, die affirmative Aufmerksamkeit hervorzurufen. Auf dieser Grundlage haben sich folgende, für die Zielgruppen angebrachte Maßnahmen, herauskristallisiert.

1. Online Medien

- Soziale-Medien:

Durch die Sozialen-Medien kann eine junge Altersgruppe über Bilder, Videos und Texten jeder Zeit dauerhaft angesprochen werden. Wogegen es gilt einen flexiblen Plan für die Effektivität der Nutzung von Sozialen-Medien zu erstellen, welcher die Anspruchsgruppe nicht mit Informationen überlädt und auch nicht zu wenig Meldungen enthält. Das Maß an Informationen über Facebook, YouTube, Twitter und auch Instagram ist folgeschwer. Besonders auf dem YouTube Kanal sollten regelmäßiger Videos von Wettkämpfen, aber

¹³¹ Vgl. Felser, 1997: Werbe- und Konsumentenpsychologie, S.73

auch von Auftritten hochgeladen werden. Ergänzend können durch YouTube Gewinnspiele angeboten werden, bei denen Zuschauer ihre eigene einstudierte Performance und Videos veröffentlichen. Die erstplatzierten Beiträge mit den meisten „Gefällt mir“-Klicks bekommen einen Preis, zum Beispiel Karten für den Sachsenpokal.

- Webseite:

Image und Werte basieren auf einem zeitgemäßen Design und einer kontinuierlichen Anpassung und Modernisierung des Inhalts und Design. Die Webseite des Vereins sollte ein moderneres Erscheinungsbild vorweisen und technisch innovativer ausgestellt sein. Von Vorteil wäre eine Veränderung des Aufbaus der Seite, bei der die Zielgruppen effektiver angesprochen werden. Des Weiteren muss die Seite immer auf dem neusten Stand sein und stetig aktualisiert werden.

2. Direktes Marketing

- Auftritte und Shows:

Mit verschiedenen Auftritten und Shows kann regional sowie deutschlandweit das Publikum angesprochen werden. Durch diese Shows wird dem Publikum ein Sportakrobatikprogramm ohne Wettkampfvorschriften geboten, welches die Zielgruppe für diese Sportart begeistern soll. In einem Auftritt von fünf Minuten mit mehreren Formationen kann das Spektrum dieser Sportart nahegebracht werden.

- Veranstaltungen und Wettkämpfe:

An Wettkämpfen, die in ganz Deutschland, aber auch besonders in Riesa stattfinden, können die Sportler aus Riesa ausdrücklich zeigen, dass sie zur Spitze der deutschen Athleten gehören. Durch diese Veranstaltungen wird auf den Wettkampfsport die Aufmerksamkeit gelenkt. Die Turniere können durch ein zusätzliches Rahmenprogramm eine Aufwertung bekommen und die Monotonie der Wettkämpfe könnte somit durchbrochen werden. Die Veranstalter müssen mehr Werbung und Marketing für die Wettkämpfe betreiben, um mehr Publikum zu gewinnen. Weiterhin gilt es die Wettkämpfe mit emotionalen, sachlichen und persönlichen Werten zu bereichern, welches für die Imageprofilierung in diesem Sport elementar ist.¹³²

¹³² Vgl. Regenthal, 1996: Identität und Image: Praxishilfen für den Umgang mit Corporate Identity, S.272

- Tag der offenen Tür:

Zweckmäßig wäre es einen Tag der offenen Tür zu gestalten, an denen Kinder, Sponsoren und weitere Interessenten im Training zugucken oder sogar mitmachen können. Die Probanden sollen einen Ansprechpartner zur Verfügung bekommen, an den sie sich wenden können. Eine aktive Teilnahme an den praktischen Übungen weckt höheres Interesse an der Sportakrobatik. An diesem Tag können die Sportler einige Übungen präsentieren. Darüber hinaus können an den Grundschulen in Riesa als Freizeitangebot Kurse angeboten werden, in denen die jüngeren Kinder einige Elemente mit Spiel und Spaß ausprobieren können.

- Ausstellerstände:

Um vor allem Sponsoren zu akquirieren, können bei Wettkämpfen und weiteren Veranstaltungen, die nicht nur von der Sportakrobatik sind, Ausstellerstände aufgebaut werden. Dort wird es einen Ansprechpartner für Interessenten geben. Zusätzlich können Flyer mit einigen Informationen und Kontaktdaten zu der Abteilung ausgehändigt werden.

3. Print:

- Flyer und Plakate:

Plakate, mit klarem und deutlichem Design, die den Rezipienten beim zufälligen Vorbeilaufen ansprechen, können vor den Veranstaltungen in Riesa und Umgebung ausgehängt werden. Durch Flyer vor Veranstaltungen, aber auch für den Tag der offenen Tür, kann eine große Masse an Menschen erreicht werden. Sie sind im Gegensatz zum Plakat, kleiner, handlicher und können mit nach Hause genommen werden. So kann der Rezipient den Flyer immer wieder aufgreifen und wird diese Veranstaltung nicht vergessen. Außerdem werden auf dem Flyer mehr Informationen geliefert, als auf einem Plakat. Die Gestaltung sollte viele Bilder beinhalten, um Kinder gezielt anzusprechen, aber auch viele Informationen, die für Eltern ansprechend sind, zum Beispiel wie der Sport das Kind fördert.

- Zeitung:

Die lokale Zeitung kann über die Sportakrobatik in Riesa berichten. Es kann zum Beispiel der Werdegang eines Sportlers vorgestellt und in mehreren Abschnitten fortgeführt werden. Dieser Sportler wird von seiner Anfangszeit bis zu seiner Erfolgskarriere vorgestellt. Der Leser kann sich mit dem Sportler identifizieren und wird darüber hinaus über die Sportart auf emotionaler Ebene informiert. Der beste Zeitpunkt für die Publikation wäre

kurz vor einem Wettkampf in Riesa, so wird bei den Lesern das Interesse geweckt, wie der Sportler diesen Wettkampf bestreiten wird.

Bei diesen Maßnahmen ist grundsätzlich zu beachten, dass sie in einem einheitlichen Design und einem einheitlichen Format durchgeführt werden. Somit wird der Wiedererkennungswert jeder einzelnen Werbemaßnahme gesteigert. Dabei werden außerdem die Kernaussagen wiederholt und die Leitbotschaft eingebracht.

4.3.2 Evaluation

Die Evaluation, oft auch Erfolgskontrolle genannt, gibt Auskunft darüber, ob die erwarteten Ziele der durchgeführten Maßnahmen erreicht worden sind, welche Maßnahmen am effektivsten waren und ob der finanzielle Aufwand sich gelohnt hat.¹³³ Außerdem wird analysiert, inwiefern die Kommunikation den Bedürfnissen der Zielgruppe entsprochen hat. Die meistgebräuchlichen und gleichzeitig kostengünstigsten Instrumente der Evaluation sind die Beobachtung, die Befragung und die Medienresonanzanalyse, deren Anwendung für den Verein SC Riesa geeignet ist. Vor dem Beginn einer Evaluation ist es empfehlenswert einen Kriterienkatalog zu formulieren, um die Ergebnisse im messbaren Format darstellen zu können und so die Untersuchungen überprüfbar zu machen.¹³⁴ Zum Beispiel könnte einer dieser Kriterien der Umfang der Maßnahmen sein. Dazu werden alle Maßnahmen wie Plakate, Flyer, Veranstaltungen, aber auch Medienresonanz in Form von Zeitungsartikeln und TV-Beiträgen im einheitlichen Format, z.B. excl. Tabellen nach Quantität und Qualität dokumentiert. Die so aufbereiteten Daten werden die zukünftige Auswahl der effektivsten Mittel erleichtern und somit die Durchführung der Maßnahmen optimieren.¹³⁵

Ein äußerst wichtiges Kriterium ist die Wirkung der Kommunikation im Bereich Wahrnehmung der Kommunikation und Verhaltensänderung der Rezipienten. Dieses Kriterium kann mithilfe folgender Merkmale, wie zum Beispiel Aufmerksamkeit, Erinnerung, Verständlichkeit, Wissen, Einstellungen geprüft werden. Sehr geeignet ist hier die Methode der Befragung in Form eines Quiz, die auf der Facebook-Seite veröffentlicht werden

¹³³ Vgl. Bruhn, 2007: Kommunikationspolitik, S. 515

¹³⁴ Vgl. Kromrey, o.J.: Evaluation ein Überblick, S.16

¹³⁵ Vgl. Hermanns u. Riedmüller, 2003: Sponsoring und Events im Sport: Von der Instrumental Betrachtung zur Kommunikationsplattform, S. 181ff

kann. Nach der Auswertung der Befragung ist die Wirkung der Kommunikation zwar ersichtlich, aber die Schlussfolgerung, wie die Kommunikation tatsächlich wirkt, ist nicht genau greifbar. Für kleine Vereine, wie den SC Riesa, erscheint die Evaluation als ein kostenintensives und aufwendiges Verfahren, dennoch es ist sehr wichtig die Kommunikationsleistung zu erfassen und zu bewerten. Besonders erfolgreiche Evaluationen bieten eine direkte Beobachtung der Sozialen-Medien wie Facebook, Twitter oder YouTube, die die Trends, Stimmungen und das Nutzerverhalten vermitteln. Dabei kann die quantitative Erfolgskontrolle anhand der „gefällt mir“ Klicks bei Facebook durchgeführt werden, wie auch die qualitative Erfolgskontrolle, in dem die Kommentare der Nutzer genauer analysiert werden. Darüber hinaus kann mit wenig Aufwand die Intensivität der Nutzung der Webseite auf solche Messgrößen wie Seitenabbruch, Verweildauer, oder Herkunft der User untersuchen lassen. Dafür ist möglich den kostenlosen Google Analytics Tool für die Webseite zu installieren. Die Herausforderung bei der Erfolgskontrolle besteht darin, die angewendeten Methoden so einzusetzen, dass die Wirkungen auf die Zielgruppen überprüft werden können. Dabei werden folgende Ebenen der Wirkung evaluiert:

1. Die Kognitive Wirkung, die die Wahrnehmung der Kommunikationsmittel durch den Rezipienten misst. Die vielfach erprobte Methode ist in den Fall ein kurzer Fragebogen für die neuen Mitglieder. Die Schlüsselfrage wäre dann: Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden?
2. Die Affektive Wirkung, die die emotionale Verbindung und Einstellung der Rezipienten zu den Kommunikationsobjekten misst. Unter anderem die Glaubwürdigkeit der Kommunikationsmittel: In dem Fragebogen zur Interesse an der Sportakrobatik werden gezielte Fragen zum Kommunikationsmittel wie z.B. Facebook, Plakat, Zeitung inkludiert. Z.B. wie glaubwürdig sind für Sie die Beiträge auf der Facebook-Seite des SC Riesas?
3. Die Konative Wirkung, die die Reaktionen und Verhaltensweisen auf die Informationen von Kommunikationsmitteln misst. Die Überprüfung erfolgt anhand der

regelmäßigen Messung der Anzahl von Besuchern bei den Wettkämpfen und anderen Veranstaltungen.¹³⁶

Die Evaluation ist nur dann erfolgreich, wenn sie als langfristiges Projekt betrieben wird, demzufolge soll das Analysieren der Wirkung der Kommunikationsmittel regelmäßig und durchdacht über einen längeren Zeitraum stattfinden.

4.3.3 Zeitplan

Die Planung und Durchführung der Kommunikationsmaßnahmen soll in einem Zeitrahmen eingebettet werden, damit der volle Maßnahmenkatalog in regelmäßigen Abständen erfüllt wird und die Handlungen ausgewogen aufgeteilt werden. Wenn infrage kommende Kapazitäten in dem Verein vorhanden sind, könnten einige Aktionen gleichzeitig absolviert werden, einzelne Aufgaben können an einen externen Dienstleister vergeben werden. Dieser Zeitplan soll für alle Beteiligten transparent sein und gleichwohl die Möglichkeit bieten, der aktuellen Situation bei der Abteilung angepasst zu werden. Die Aufteilung der Maßnahmen erfolgt nach der Dringlichkeit und Ablauf, somit wird zwischen kurzfristigen, mittelfristigen und langfristigen Maßnahmen unterschieden. Die kurzfristigen Maßnahmen finden innerhalb eines Jahres statt. Mittelfristige Maßnahmen bestehen in einem Zeitraum von bis zu drei Jahren fort. Die langfristigen Maßnahmen erstrecken sich über eine Zeitspanne von drei Jahren.

Der Zeitplan beginnt im Februar 2016, da ab Februar die Wettkampfsession für das Jahr beginnt. Zu den kurzfristigen Maßnahmen, die es bis Februar 2017 zu bewältigen gilt, wird die Aufgabe die Homepage und den YouTube-Kanal zu modernisieren und zu aktualisieren zugeordnet. Diese Angelegenheit gehört gleichzeitig zu den langfristigen Aufgaben, denn die Aktualität muss dauerhaftaufrecht gehalten werden. Außerdem kann eine einheitliche Kommunikationsgestaltung angestrebt werden und eine Leitidee für alle Kommunikationsmittel gefunden werden. Der Tag der offenen Tür kann eingeführt werden. Vor dem Sachsenpokal in Riesa 2016 kann die Lokale Presse eine Reihe von Artikeln über einen Sportler publizieren.

¹³⁶ Vgl. Bruhn, 2007: Kommunikationspolitik S. 522

Mittelfristig kann versucht werden das Publikum mit in Shows einzubeziehen, Schnupperkurse anzubieten, systematisch Flyer zu erstellen und diese in Riesa und Umgebung zu verteilen. Darüber hinaus soll ein Katalog wichtiger Veranstaltungen in Riesa erstellt werden, die für den Aufbau eines Messestandes des Vereins der Sportakrobatik geeignet wäre. Von Vorteil wäre den Inhalt der Ausstellerstände und auch Personal, welches den Interessierten zur Antwort stehen kann, vorzeitig und sorgfältig zu planen. Zu den langfristigen Obliegenheiten gehört die Fortführung der Kommunikation über die digitalen Medien, wie auch im Printbereich. Gleichermäßen sollte der Tag der offenen Tür einmal im Jahr fortgesetzt werden. Die Einführung eines Akrobatikkurses in den Grundschulen verlangt einige Zeit an Vorbereitung und sollte deshalb langfristig geplant werden.

4.3.4 Budgetierung

Die hier beschriebene Budgetierung sollte als eine Art finanzielle Richtlinie verstanden werden, die die Durchführung der geplanten Maßnahmen steuert. Die wesentlichen Kosten sollen sich an dem Nutzungsverhalten des SC Riesa orientieren und die einzelnen Bestandteile des Kommunikationskonzepts effektiv unterstützen. Dabei ist zu beachten, dass die Marketingkosten, ähnlich wie im allgemeinen Produktlebenszyklus beschrieben, besonders am Anfang hoch angesetzt werden.¹³⁷ Dies würde zwar einen erhöhten finanziellen Verbrauch in der Einführungsphase bedeuten, aber im späteren Zeitplan sollte dieser Aufwand proportional reduziert und an den realen Bedarf angepasst werden.

Es wird geprüft, welche Mittel bei gleichen Potenzial und gleicher Kommunikationsreichweite kostengünstiger agieren. Obwohl die Kosten am Anfang des Zeitplanes verhältnismäßig höher ausfallen, wird dennoch bewusst vermehrt auf die preiswerteren Marketingmaßnahmen gesetzt. Gute Beispiele für kostengünstige und gleichzeitig eine große Tragweite erfüllende Maßnahmen befinden sich im Bereich der Internetplattformen. Die Erstellung, Verwaltung und Pflege eines Facebook-Profiles ist nicht kosten, aber zeitaufwendig. Dennoch birgt dieser Sektor ein enormes Kommunikationspotenzial,

¹³⁷ Vgl. Weis, 2015: Marketing (Kompendium der praktischen Betriebswirtschaft), S.154

denn die Rezipienten werden größtenteils weltweit berührt. Kostenaufwendig sind lediglich die möglichst professionellen Aufbereitungen der Contents, Videos, Beiträge, Streams sowie die Herstellung anderer Inhalte in verschiedensten Dateiformaten. Dafür, ebenso wie für die Gestaltung einer hochkarätigen und attraktiven Webseite, sollten Kosten von knapp 1000€ eingeplant werden. Natürlich gibt es die Variante der eigens kreierte Webseite, diese würde wahrscheinlich zu spartanisch anmuten und die Rezipienten eher zum Verlassen der Seite anregen, als bei einer professionell konstruierten Plattform. Hier belässt es der Verein nur bei den Fixkosten, welche einmalig gezahlt werden, dafür aber einen längerfristigen Nutzen bringen.

Die variablen Kosten, die mit dem direkten Marketing verbunden sind versucht der Verein mit den vorhandenen Ressourcen zu decken. Dazu gehören vor allem die Hilfeleistungen einiger Vereinsmitglieder oder Eltern der Akrobaten, aber auch die bereits vorhandene Halle und diverse Utensilien. Diese eigenen Ressourcen werden als kostenlose Posten bei der Durchführung einer Veranstaltung, die jedoch ganz ohne finanziellen Aufwand nicht zustande kommen kann, angewendet. Maßnahmen wie der Kauf von Lebensmitteln, Plastikbesteck oder die Verteilung von Flyern durch externe Kräfte müssen sorgfältig in finanzieller Hinsicht eingeplant werden.

Kostspielig und aufwändig ist die Herstellung der einzelnen Printmedien. Im besten Fall sollte hierzu eine professionelle Agentur beauftragt werden, welche sich bei diesem Thema sicher ist. Dafür sollten auch Kosten von mindestens 1000€ einkalkuliert werden. Die vorgefertigten Layouts stehen danach dem Verein zur Verfügung und können individuell angepasst werden. Daher bewahrheitet sich das Prinzip der am Anfang hohen Fixkosten, welche sich mit der Zeit relativieren. Trotzdem bleibt der Marketingeffekt gleich zu proportional weniger Kosten. Insgesamt muss festgehalten werden, dass die einzelnen finanziellen Posten von der Bereitwilligkeit des Vereines abhängen. Daher kann eine genaue analytische Prognose nicht unter der Tatsache stattfinden, dass die Faktoren zu unterschiedlich sind und sich ein genauer Richtwert nicht erkennbar macht. Aufgrund dieser Feststellung, sollte der Verein individuell über die genauen Kosten handhaben und auch zwischen den einzelnen Maßnahmen variieren.

5 Schlussbetrachtungen

5.1 Zusammenfassung und Reflektion der Ergebnisse

In der vorgelegten Arbeit befasst sich die Autorin mit der Frage, warum eine so traditionsreiche Sportart wie die Sportakrobatik bis jetzt nicht in das Olympische Programm aufgenommen worden ist und wie die Chancen aussehen an den Olympischen Spielen teilzunehmen. Die Analyse bezieht sich lediglich auf die Sportakrobatik in Deutschland und beschränkt sich speziell auf den stellvertretenden Verein, den SC Riesa. Die in diesem Verein befindlichen Sachverhalte sind für die anderen deutschen Vereine weitgehend signifikant. Die Verfasserin hat ein Kommunikationskonzept erarbeitet, das sich einwandfrei in allen deutschen Vereinen, unabhängig von Größe und Lage, aber unter Berücksichtigung der vereinseigenen Umstände, realisieren lässt. Der SC Riesa soll als ein Fallbeispiel dienen, um die gegenwärtige Kommunikation der Sportakrobatik in Deutschland zu optimieren und das Image und die Wertigkeit der Sportsparte zu verbessern. Demzufolge soll die Kommunikation als ein transparenter und für alle deutschen Vereine verständlich aufgebauter Prozess im SC Riesa als Pilotprojekt initiiert werden und später deutschlandweit annähernd in allen Vereinen unter erforderlichen Anpassungen angewendet werden. Denn nur auf diese Weise kann der Bekanntheitsgrad dieses Sports dauerhaft und nachhaltig verstärkt werden.

Um die in der vorliegenden Arbeit gestellte Frage „Kann die Sportakrobatik den medialen und gesellschaftlichen Stellenwert erreichen und die Kriterien des Olympischen Komitees erfüllen, um in das Olympische Programm aufgenommen zu werden“ umfassend zu beantworten, hat die Autorin das Thema differenziert betrachtet. Einerseits hat sie den „Ist Zustand“ der Sportakrobatik in Deutschland erachtet und sowohl das Regelwerk der Sportart sowie die Mitgliederstrukturen und den Vereinsaufbau geschildert. Andererseits hat sie die verwandten und bereits olympischen Sportarten, wie Turnen, Rhythmische Sportgymnastik und Trampolinturnen, begutachtet und anhand der Parallelen die Chancen und Risiken erörtert. Die Verfasserin hat diese zwei komplexen Themen in dem übergeordneten Rahmen, des Kriterienkatalogs der Olympischen Programmkommission, eingebettet und dabei die Aufgaben und die Zuständigkeiten des DOSB und des DSAB skizziert. In diesem Zusammenhang wurden die Kriterien und das Auswahlverfahren für die Olympischen Sportarten in großen Zügen dargestellt und das olympische Wirken anderer Sportarten ansatzweise abgehandelt. Die Analyseergebnisse in Kapitel 2.3 haben gezeigt, dass die Sportakrobatik die meisten Kriterien der acht Kategorien

erfüllt. So genügt es in der Kategorie der Geschichte und Tradition, dass die Akrobaten seit dem Jahr 1993 regelmäßig bei den World Games teilnehmen. Auch in Bezug auf die Gesundheit der Athleten werden die Bestimmungen der WADA eingehalten und regelmäßig Doping Kontrollen durchgeführt. Die Kategorie der Kosten für den Wettkampf und die Trainingsinfrastruktur ist ebenso ein Faktor der eingehalten werden kann, da die Akrobaten die Einrichtungen mit anderen Sportarten, wie zum Beispiel der Rhythmischen Sportgymnastik teilen können. Im Bereich der Verbandsführung konnte die Autorin lediglich in Deutschland analysieren. Dabei ist sie zu dem Ergebnis gekommen, dass es hier keine offensichtlichen Unrechtmäßigkeiten gibt. Die Punktrichter verpflichten sich nach der von der FIG festgelegten CoP fair zu bewerten und werden dementsprechend von einer unabhängigen Jury überwacht. Die Sportler sind durch das Athletenkomitee bei den globalen Entscheidungen vertreten.

Einige Kritikpunkte erntet die Sportakrobatik in der Kategorie der Universalität der Sportart, denn nur die westlichen Nationen können die Standards erfüllen und die Entwicklungsländer sind meist nicht oder nur unzureichend bei den Wettkämpfen vertreten. Auch in der Kategorie der Beliebtheit der Sportart bedarf es noch an Optimierung, denn die Beteiligung des Publikums und der Medien an den Wettkämpfen ist noch nicht ausreichend. Demzufolge ist in der Kategorie der Entwicklung des Verbandes hinsichtlich der Finanzen nur schwer den Erwartungen der IOC nachzukommen, denn die Einnahmen aus dem Ticketverkauf und Merchandising sind unwesentlich. Es bleibt an dieser Stelle anzumerken, dass ein finanzkräftiger Sponsor von Vorteil wäre und es sich empfiehlt sich verstärkt um regionale und überregionale Sponsoren zu bewerben. Es bleibt anzumerken, dass die Sportakrobatik zwar manche Kriterien für die Teilnahme an den Olympischen Spielen noch nicht vollständig erfüllt.

Die Verfasserin kommt zu dem Ergebnis, dass die anderen verwandten Sportarten, die in dem Olympischen Programm bereits mitwirken, auch nicht in allen Punkten des IOC Kriterienkatalogs vollständig nachkommen. Es kann von einer Entwicklung ausgegangen werden, die darauf beruht, dass der Kriterienkatalog erst im Jahr 2002 von der IOC erstellt worden ist, in welchen die aufgeführten Sportarten bereits in dem Olympischen Programm integriert waren. Dass die Sportakrobatik das Potential hat, in die Olympischen Spielen aufgenommen zu werden, zeigt die Tatsache, dass diese Sportart sich schon bereits bei den Europaspielen 2015 in Baku erfolgreich präsentiert hat. Diese Veranstaltung, bei der die Sportakrobatik in der Disziplin der Mixpaare und der Damengruppen als eine von vier nichtolympischen Sportarten vertreten war, wurde in der Arbeit, besonders hinsichtlich der Präsenz der Medien, ausreichend und expliziert analysiert.

Die bilanzierende Wertung der Teilnahme auf dem Weg zur Olympia kann in Form des Zitats aus dem Interview mit Herrn Hegele gezogen werden:

„Laut Aussage der FIG-Vertreter haben die Verantwortlichen bei der FIG sich den Wettkampf in Baku sehr genau angesehen. Der Eindruck der dort offenbar entstand ist, dass Europa „fertig“ ist für die Olympia Teilnahme. Allerdings gibt es bei den anderen Kontinentalverbänden noch viel zu tun.“

Die Teilnahme an den Europaspielen war ein beachtlicher Fortschritt für die europäische Sportakrobatik und zugleich eine große Chance in Richtung Olympia für die internationale Sportakrobatik. Die Bedeutung der Teilnahme wurde noch zusätzlich durch die persönlich vorgenommene Siegerehrung der Mixpaare durch den Präsidenten des Europäischen Olympischen Komitees Patrick Hickey untermauert. Allerdings wurde in den Medien kaum über die Sportakrobatik berichtet. Die mögliche Ursache dafür ist das sehr komplizierte und für Laien kaum verständliche Bewertungssystem. Dieses Schicksal teilen die Akrobaten mit anderen turnerischen Sportarten, die jedoch ihre Wertungssysteme schon überarbeitet und zu zwei Wertungsnoten reduziert haben. Trotzdem hat der Präsident der FIG Bruno Gandi in einem Interview ein neues Regelwerk für die Rhythmische Sportgymnastik noch vor den Olympischen Spielen 2016 angekündigt.

„Ich sage ja nicht, dass wir ein Sport werden können, bei den 80.000 Menschen gleichzeitig „Tor“ oder „Eigentor“ schreien, wenn der Ball denn einmal im Netz ist – all das wird bei uns nie passieren. Aber ich werde in den verbleibenden zwei Jahren weiter dafür kämpfen, dass unsere Wertungsvorschriften verständlicher werden.“ (Quelle: Interw_Leon_15498.pdf)

Die Verfasserin kommt zu dem Ergebnis, dass für die Sportakrobatik eine Überarbeitung der Wertungsvorschriften dringend notwendig ist. Diese Meinung teilt sie mit Vizepräsident für Leistungssport im DSAB, Bernd Hegele, welcher folgendes meint:

„Das Regelwerk muss einfacher werden. Die Medienvertreter sind nicht bereit mehrseitige Beschreibungen zu den Wettkampfregele zu lesen, und „solange sie nicht moderieren können, kommen wir auch nicht im Fernsehen“. Und nur wer dort ist wird von der breiten Masse wahrgenommen.“

Die Verfasserin kommt zu dem Ergebnis, dass die Gegenwärtigkeit der Sportakrobatik in den Medien in Deutschland, sogar nach dem so wichtigen Ereignis wie der Teilnahme an den ersten Europaspielen, sehr mäßig ist. Desto wichtiger ist die öffentliche Kommunikation der Sparte, um die Aufmerksamkeit der Zielgruppen aber auch die der Allgemeinheit auf sich zu richten. Die Verfasserin hat zudem festgestellt, dass der Verein SC Riesa über einige Potenziale verfügt, welche gezielt gestärkt werden können. Vor allem die personellen Ressourcen in Form von Trainern, Punktrichtern, Ehrenamtlichen, Funk-

tionären sowie Sportlern sind von unersetzbarem Reichtum, die jeweils durch Schulungen, Ehrungen, und auch finanziell durch Honorare oder Aufwandsentschädigungen unterstützt werden können. Dazu gehört auch die Pflege der Tradition der Beziehungen zwischen den Vereinen und Sportlern national sowie international und die damit einhergehende Stärkung der eigenen Werte. Das Risiko besteht darin, dass sich dieser Mehrwert mit der wachsenden Bekanntheit verändern kann, sodass die traditionellen Werte dieser Sportart vernachlässigt werden könnten. Deswegen ist hier Vorsicht und nicht zu unüberlegtes Handeln geboten, um die bestehenden Strukturen und Mitglieder nicht zu verdrängen.

Künftig, das haben die vorliegenden Analyseergebnisse gezeigt, sollte mehr Arbeit in den Aufbau des Images und Marketings investiert werden, um die eigenen Werte nach Außen besser zu repräsentieren. Etwa, um sich von stetigen Verwechslungen mit anderen Sportarten zu schützen und die Zielgruppen, besonders die Eltern von kleinen Kindern, und die Kinder selbst für die Sportart schon früh zu begeistern. Die großen Chancen, auf die Akquirierung guter Leistungssportler, verbergen sich vor allem in der Arbeit mit Sportlern in einem frühen Altersstadium, weil viele Voraussetzungen und Fertigkeiten nur im Kindesalter erworben werden können. So wie in anderen Sportarten durch Dopingfälle besteht auch in der Sportakrobatik vermehrt die Gefahr des Imageverlustes und der schlechten Zeilen in der Presse. Viele männliche Trainer, die mit den kleinen Kindern und weiblichen Jugendlichen arbeiten, werden besonders hart mit dem Vorwurf pädophil zu sein konfrontiert und jeder unüberlegter Handgriff könnte gegen sie verwendet werden. Die gute Vorbereitung der Nachwuchsklasse liefert viele Talente und spätere Leistungssportler und ermöglicht den Kindern den ersten Kontakt mit der Sportakrobatik. Wobei zu beachten ist, dass eher unkonventionelle Methoden der Kommunikation, die die jüngere Generation ansprechen, hier anzuwenden sind.

Ein weiterer Punkt der beachtet werden sollte, ist die schnelle Veränderung der Kommunikationswege in der digitalen Welt, die eine schnelle Anpassung fordert. Die Verfasserin kommt zu dem Ergebnis, dass nach einer Sättigung an Informationen der Informationsfluss in den Hintergrund und die Kommunikation auf emotionaler Ebene in den Vordergrund rückt, was besonders bei der Kommunikation mit dem Jugendlichen zu beachten ist.

Abschließend ist noch anzumerken, dass der Sprung zur Olympia alle Vereine der Sportakrobatik mit geballten Kräften und planmäßiger und langfristiger Wirkung zusammen schaffen können. Denn wie der Vorstandsvorsitzende Bernd Hegele meint, ist die

Sportakrobatik auf einem guten Weg in Richtung Olympia, aber es wird noch einige Zyklen dauern. Die Olympia ist die beste Chance die Entwicklung der Sportart voranzutreiben. Es bedeutet eine Verbesserung der finanziellen Lage und wachsende Popularität, was auch wiederum das Entstehen neuer Vereine und Mitgliederzuwachs fördert.

5.2 Ausblick

Die nächsten Olympischen Spiele finden, in Rio de Janeiro vom 05. bis 21. August 2016, ohne die Sportakrobaten statt. Es werden lediglich nur das Geräteturnen, die Rhythmische Sportgymnastik und das Trampolinturnen von den verwandten Sportarten vertreten sein. Laut Herrn Bernd Hegele wird die Sportakrobatik Teil der Olympischen Spiele im Jugendbereich 2018 sein. Seiner Aussage nach, ist der FIG Präsident ein großer Akrobatikfreund und ihm haben die Akrobaten es zu verdanken, sich höchst wahrscheinlich auf dieser internationalen Bühne präsentieren dürfen. Auch, wenn es sich nicht um den weiterbekannten Seniorenbereich in Bezug auf Olympia handelt, so wäre die mediale Wirkung enorm, welche die Kommunikation zu neuen potentiellen Zuschauern und Mitgliedern positiv beeinflussen würde. Das Image und die Außendarstellung würden an Prestige gewinnen. Die Sportakrobatik hat vielleicht Chancen durch die „Agenda 2020“, die die Begrenzung der 28 Sportarten aufgehoben hat, schneller in das Olympische Programm aufgenommen zu werden. Für die Olympische Spiele in Tokio im Jahr 2020 stehen die Bewerber schon fest, daher kommt Termin im Jahr 2024 wahrscheinlich eher in Frage. Es ist noch ein weiter Weg, welchen der Sportakrobatisport vor sich hat. Nicht nur Deutschland und seine Vereine können dabei mitwirken und sich professioneller aufstellen, auch in anderen Ländern sind mit abweichenden Konzepten, beziehungsweise auf Kultur und andere Einflussfaktoren, längerfristige Imageprofilierungen und virale Kommunikationen möglich. Die Wettkampfausrichter müssen sich bemühen, die Medien öfter einzubeziehen und sie stetig zu informieren. Besonders die Fernsehmedien sollten dabei berücksichtigt werden, da sie heutzutage als wichtiger medialer Apparat fungieren.

Die emotionale Bindung dieser Sportart zu Außenstehenden ist außerdem viel zu gering. Größtenteils bildet sich diese Emotion durch das familiäre Umfeld. Eine Sportart wie die Sportakrobatik, die beispielsweise im Unterhaltungsgenre auf Bewunderung und Anerkennung stößt, aber als Sport weniger interessant wirken soll, hat das Potenzial eine olympische Sportart zu werden. Zuschauer bezahlen viel Geld für Aufführungen, in denen die gleichen Elemente gezeigt werden, wie auf einem Wettkampf. Dazu kommt, dass

die Sportakrobaten, welche den Sport aktiv betreiben, ein höheres Leistungsniveau besitzen als ihre Kollegen, welche auf der Bühne zu finden sind. Hier zeigt sich, dass die mediale Präsenz fehlt, die die Sportakrobatik in den nächsten Jahren bekommen möchte. Es liegt nicht nur in der Hand der Sportler und Vereinsmitglieder dies zu ändern, ebenso sind die Anspruchsgruppen, die die Vereine umgeben dazu aufgerufen den Sport zu unterstützen. Das sind Kommunen, Sponsoren oder auch Vermieter der Trainingsareale. Die Tendenz ist erkennbar und die Zukunft für eine attraktive Sportart im Gesamtbild gelegt. Auch die Akquise von Sponsoren ist in diesem Themenfeld eine schwierige Problematik. Beziehungen sind dennoch vorhanden und können durch die bereits vorhandenen Kontakte ausgebaut werden. Nur muss der Sponsor erst erkennen, dass der Sport dazu in der Lage ist in den nächsten zehn Jahren bedeutend mehr Zuschauer zu generieren. Vereine werden heutzutage mehr als ein Unternehmen gesehen und genauso sollte dies auch die Sportakrobatik in Deutschland angehen. Mehr Kommunikation, mehr Präsenz und mehr Leistung sind dafür von Nöten. Denn generell ist es nicht undenkbar, dass die Sportakrobatik in das Olympische Programm aufgenommen wird. Vielmehr ist es durch die weitestgehend olympischen Eigenschaften bestens für eine Teilnahme geschaffen.

Wenn Sportakrobatik mit anderen Sportarten verglichen wird, fällt sie nicht negativ ab. Doch alleine dadurch, dass das Komitee unflexibel ist, hat dieser Sport noch einen steilen Weg vor sich. Der Weg ist vorgegeben, jetzt müssen nur noch die Faktoren zum positiven Wirken verändert werden. Letztendlich lohnt sich der Aufwand, der betrieben wird, denn durch die mediale Aufmerksamkeit könnten sich darüber hinaus neue Zuschauer, potentielle Fans und Sportler finden, welche für den Sport längerfristig bereitstehen und ihn über einen großen Zeitraum wachsen lassen.

Literaturverzeichnis

Befragungen

HEGELE, Bernd: Ein Interview mit dem Vizepräsidenten des DSAB. Im Gespräch mit Kerstin Stein. Riesa, 25.09.2015, 15:00 Uhr.

Bücher

BIRKIGT Klaus, STADLER Marinus u. FUNCK Hans Joachim: Corporate Identity: Grundlagen Funktionen Fallbeispiele. München 2000.

BRUHN Manfred: Kommunikationspolitik: Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen. 4. Auflage. München 2007.

DIEM Carl: Der Olympische Gedanke: Reden und Aufsätze. Schorndorf 1967.

FELSER Georg: Werbe- und Konsumentenpsychologie: Eine Einführung. Stuttgart 1997.

GIENGER Sybille: Rhythmische Sportgymnastik. Reinbek 1997.

GÜLDENPFENNIG Sven: Olympische Spiele als Weltkulturerbe: Zur Neubegründung der Olympischen Idee. Sankt Augustin 2004.

HERMANN Arnold u. RIEDMÜLLER Florian: Sponsoring und Events im Sport: Von der Instrumental Betrachtung zur Kommunikationsplattform. München 2003.

JAHN Steffen: Konsumentenwert: Konzeptualisierung und Analyse der Wirkung und Loyalität am Beispiel eines Festivals. Chemnitz 2012.

LUCKE Florian: Geschichte des Sports in Lippe: Menschen – Vereine – Politik. Lippe 2015.

MEYER Marcel, CHRISTLIEB Dorothée u. KEUNING Nicola: Schwerelosigkeit leicht gemacht. Aachen 1999.

NAUL, Roland, GEßMANN, Rolf und WICK, Uwe: Olympische Erziehung in Schule und Verein: Grundlagen und Materialien. Schorndorf 2008.

PAUL Herbert u. WOLLNY Vollrad: Instrumente des strategischen Managements: Grundlagen und Anwendungen. München 2014.

REGENTHAL Gerhard: Identität und Image: Praxishilfen für den Umgang mit Corporate Identity. 2.Auflage. Köln 1996.

WEIS Hans Christian: Marketing (Kompendium der praktischen Betriebswirtschaft). Baden-Baden 2015.

ZIMMERMANN Kerstin: The Elimination of Olympic Baseball. Fairfax 2012.

Internet

AHRENS Peter: Europaspiele in Baku: Alles so schön hier! (Nur nicht die Sache mit den Menschenrechten). Herausgegeben von Spiegel Online 2015. URL: <http://www.spiegel.de/sport/sonst/europaspiele-2015-in-baku-sport1-und-die-menschenrechte-a-1040666.html>, Stand: 08.11.2015.

ARD: Amnesty International ist unerwünscht. Herausgegeben von tagesschau.de 2015. URL: <https://www.tagesschau.de/ausland/amnesty-international-baku-101.html>, Stand: 08.11.2015.

ARD: Ein hoher Preis für ein wenig Glanz. Herausgegeben von tagesschau.de 2015. URL: <https://www.tagesschau.de/ausland/europaspiele-baku-101.html>, Stand: 08.11.2015.

ARD: Zwölfter Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge. Herausgegeben von ARD o.J. URL: <http://www.ard.de/download/138948/index.pdf>, Stand: 16.12.2015.

Baku2015.com: Baku becomes the star: two new global advertising campaigns. Herausgegeben von Baku2015.com 2015. URL: <http://www.baku2015.com/news/article/baku-becomes-the-star-two-new-global-advertising-campaigns.html>, Stand: 19.10.2015 [Zwischenzeitlich gelöscht].

Baku2015.com: Broadcasterslist English. Herausgegeben von Baku2015.com 2015. URL: http://www.baku2015.com/mm/Document/Documents/Documents/03/93/89/Broadcasterslist_English.pdf, Stand: 19.10.2015 [Zwischenzeitlich gelöscht].

Baku2015.com: Closing ceremony awaits. Herausgegeben von Baku2015.com 2015. URL: <http://www.baku2015.com/news/article/baku-2015-closing-ceremony-awaits.html>, Stand: 19.10.2015 [Zwischenzeitlich gelöscht].

Baku2015.com: Medal winners. Herausgegeben von Baku2015.com 2015. URL: <http://www.baku2015.com/medals/medal-winners.html>, Stand: 19.10.2015 [Zwischenzeitlich gelöscht].

BZ: Schläge, Hunger und Beleidigungen. Herausgegeben von Bernerzeitung.ch 2014. URL: <http://www.bernerzeitung.ch/sport/weitere/Schlaege-Hunger-und-Beleidigungen/story/30943865>, Stand: 01.11.2015.

BORNEMANN Stefan: Mission Statement und Vision Statement. Herausgegeben von lead-conduct.de 2014. URL: <http://www.lead-conduct.de/2014/07/13/mission-statement-und-vision-statement/>, Stand: 03.12.2015.

DEUTSCHE SPORTJUGEND: Selbstdarstellung und Leitbild. Herausgegeben vom DOSB o.J. URL: <http://www.dsj.de/deutsche-sportjugend/selbstdarstellung-und-leitbild/>, Stand: 09.10.2015.

DO ROSARIO Oriane: 1st European Games: Aerobic and Acrobatic Gymnastics part of the European Games! Herausgegeben vom UEG 2013. URL: <http://www.ueg.org/en/1st-European-Games-Aerobic-and-Acrobatic-Gymnastics-part-of-the-European-Games-!-2013-09-23-0000>, Stand: 19.10.2015.

DOSB: 1. Europaspiele 2015 in Baku. Herausgegeben vom DOSB o.J. URL: <http://www.dosb.de/de/olympia/europaspiele/>, Stand: 19.11.2015.

DOSB: Baku 2015 European Games Media Factsheet. Herausgegeben vom DOSB 2015. URL: https://www.dosb.de/fileadmin/Bilder_allgemein/Veranstaltungen/Europaspiele/Baku/Media_Factsheet_-_Feb_2015.pdf, Stand: 20.11.2015.

DOSB: Bestandserhebung 2014. Herausgegeben vom DOSB 2014. URL: https://www.dosb.de/fileadmin/sharepoint/Materialien%20%7B82A97D74-2687-4A29-9C16-4232BAC7DC73%7D/Bestandserhebung_2014.pdf, Stand: 16.11.2015

DOSB: Charta 2014. Herausgegeben vom DOSB 2014. URL: http://www.dosb.de/fileadmin/Bilder_allgemein/Veranstaltungen/Sotschi_2014/Olympische_Charta_2014.pdf, Stand: 11.12.2015.

DOSB: DOSB Sportentwicklung/Breitensport. Herausgegeben vom DOSB o.J. URL: <https://www.dosb.de/de/sportentwicklung/ziele-aufgaben-konzepte/>, Stand 09.12.2015.

DOSB: Kurzporträt des Deutschen Olympischen Sportbundes. Herausgegeben vom DOSB o.J. URL: <https://www.dosb.de/de/organisation/wir-ueber-uns/kurzportraet-des-dosb/>, Stand: 09.12.2015.

DOSB: Europaspiele: für Einzel-Gold gibt es 4000 Euro. Herausgegeben vom DOSB 2015. URL: http://www.dosb.de/de/olympia/europaspiele/details-europaspiele/news/europaspiele_fuer_einzel_gold_gibt_es_4000_euro/, Stand 19.11.2015.

DOSB: Olympische Agenda 2020: „20 Plus 20“ Empfehlungen. Herausgegeben vom DOSB 2014. URL: http://www.dosb.de/fileadmin/Bilder_allgemein/Veranstaltungen/Olympische_Spiele/Dokumente/Olympische_Agenda_2020_20-20_Empfehlungen_22012014.pdf, Stand: 12.12.2015.

DOSB: Sportarten der Sommerspiele 2012: IOC veröffentlicht Bericht der Olympischen Programm-Kommission. Herausgegeben vom DOSB 2005. URL: https://www.dosb.de/de/olympia/olympische-news/detail/news/sportarten_der_sommerspiele_2012_ioc_veroeffentlicht_bericht_der_olympischen_programm_kommission/, Stand 12.12.2015.

DOSB: Standard für Meldepflichten. Herausgegeben vom NADA o.J. URL: https://www.dosb.de/fileadmin/Bilder_allgemein/Veranstaltungen/Sot-schi_2014/NADA_Standard_fuer_Meldepflichten.pdf, Stand: 11.11.2015.

DOSB: Wir über uns. Herausgegeben vom DOSB o.J. URL: <https://www.dosb.de/de/organisation/wir-ueber-uns/>, Stand: 19.11.2015.

DREPPER Daniel: Olympia: Die deutsche Sportförderung in Zahlen. Herausgegeben von Der Westen 2014. URL: <http://www.derwesten-recherche.org/2012/07/die-deutsche-sportforderung-in-zahlen/>, Stand: 30.10.2015.

DSAB: DSAB Strukturplan 2014-2017. Herausgegeben vom DSAB o.J. URL: http://sportakrobatikbund.de/wp-content/uploads/2015/02/Strukturplan14_17.pdf, Stand: 11.11.2015.

DSAB: Finanzordnung. Herausgegeben vom DSAB 2013. URL: http://www.sportakrobatikbund.de/images/regelwerk/finanzordnung_2014.pdf, Stand: 11.11.2015.

DSAB: Satzung. Herausgegeben von DSAB 2014. URL: http://www.sportakrobatikbund.de/images/regelwerk/Satzung_2014.pdf, Stand: 02.12.2015.

DSAB: Wettkampfprogramm Nachwuchsklasse. Herausgegeben vom DSAB 2015.
URL: http://sportakrobatikbund.de/wp-content/uploads/2015/01/DSAB_NKL_Programm_2015.pdf, Stand: 08.11.2015.

DSAB: Wettkampfordnung. Herausgegeben vom DSAB 2015. URL: http://www.sportakrobatikbund.de/images/regelwerk/wettkampfordnung_2015.pdf, Stand: 11.11.2015.

FIG: 2013 – 2016 Code of Points. Herausgegeben vom FIG-Gymnastics.com 2013.
URL: <http://hsav.de/downloads/fig-code-of-points-2013-2016.pdf>, Stand: 08.12.2015.

FIG: About Trampoline Gymnastics. Herausgegeben vom FIG-Gymnastics.com 2014.
URL: <http://www.fig-gymnastics.com/site/page/view?id=269>, Stand: 05.12.2015.

FIG: Anhänge zu den Wertungsvorschriften Herausgegeben vom FIG-Gymnastic.com 2014. URL: <http://www.fig-gymnastics.com/publicdir/rules/files/wag/WAG%20CoP%202013-2016%20June%202015-D.pdf>, Stand: 05.12.2015.

FIG: Competition description. Herausgegeben vom FIG-Gymnastics.com 2014. URL: <http://www.fig-gymnastics.com/site/page/view?id=457>, Stand: 05.12.2015.

FIG: Elementsymbole Kunstturnen männlich. Herausgegeben vom FIG-Gymnastic.com 2015. URL: http://www.fig-gymnastics.com/publicdir/rules/files/mag/MAG_Symbols_Booklet_2015_DEU_FINAL_21September2015.pdf, Stand: 05.12.2015.

FIG: Event Statistics. Herausgegeben vom FIG-Gymnastics.com 2014. URL: <http://www.fig-gymnastics.com/site/page/view?id=461>, Stand: 08.12.2015.

FIG: History of Acrobatic Gymnastics. Herausgegeben von FIG-Gymnastics.com 2014.
URL: <http://www.fig-gymnastics.com/site/page/view?id=456>, Stand: 13.11.2015.

FIG: It all started... Herausgegeben von FIG-Gymnastics.com 2014. URL: <http://www.fig-gymnastics.com/site/page/view?id=285>, Stand: 13.11.2015.

FIG: List of World Champions. Herausgegeben vom FIG-Gymnastics.com 2014. URL: <http://www.fig-gymnastics.com/site/page/view?id=462>, Stand: 08.12.2015.

FIG: Results for 27th Trampoline Gymnastics World Championships 2010, METZ 2010 (FRA). Herausgegeben von FIG-Gymnastics.com 2010. URL: <https://database.fig-gymnastics.com/public/results/display/11803?backUrl=&idAgeCategory=10&idCategory=81&idFederation=>, Stand: 22.11.2015.

FIG: Results for 30th Rhythmic Gymnastics World Championships 2010, MOSCOW 2010 (RUS). Herausgegeben von FIG-Gymnastics.com 2010. URL: <https://database.fig-gymnastics.com/public/results/display/11805?backUrl=&idAgeCategory=6&idCategory=71&idFederation=>, Stand: 22.11.2015.

FIG: Results for 45th Artistic Gymnastics World Championships 2014, NANNING 2014 (CHN). Herausgegeben von FIG-Gymnastics.com 2015. URL: <https://database.fig-gymnastics.com/public/results/display/5529?backUrl=&idAgeCategory=4&idCategory=65&idFederation=>, Stand: 22.11.2015.

FIG: Titel Holders. Herausgegeben von FIG-Gymnastics.com 2014. URL: <http://www.fig-gymnastics.com/site/page/view?id=460>, Stand: 13.11.2015.

FVG RIESA MBH: Technische Daten. Herausgegeben von FVG Riesa mbH. URL: <http://www.sachsenarena.de/30-0-Technische-Daten.html>, Stand: 11.12.2015.

HNA: Erfolg beim Supertalent: Baunataler Akrobaten sind weiter. Herausgegeben von HNA.de 2015. URL: <http://www.hna.de/kassel/kreis-kassel/baunatal-ort312516/baunataler-sind-weiter-5657100.html>, Stand: 11.12.2015.

HUNGERMANN Jens u. PAUSCH Simon: Bakus Propagandafest setzt auf den schönen Schein. Herausgegeben von Die Welt 2015. URL: <http://www.welt.de/sport/article142059528/Bakus-Propagandafest-setzt-auf-den-schoenen-Schein.html>, Stand: 14.12.2015.

KROMREY Helmut: Evaluation ein Überblick. Herausgegeben von profkromrey.de o.J. URL: http://www.profkromrey.de/Kromrey_Evaluation_-_ein_Ueberblick.pdf, Stand: 01.12.2015.

OLYMPIA-LEXIKON.DE: Internationales Olympisches Komitee. Herausgegeben von Olympia-Lexikon.de o.J. URL: http://www.olympia-lexikon.de/Internationales_Olympisches_Komitee, Stand 13.12.2015.

OLYMPIC PROGRAMME COMMISSION: Evaluation Criteria for Sports and Disciplines. Herausgegeben von Olympic Programme Commission o.J. URL: http://www.olympic.org/Documents/Commissions_PDFfiles/Programme_commission/2012-06-12-IOC-evaluation-criteria-for-sports-and-disciplines.docx.pdf, Stand: 21.10.2015.

OpenPM: Kommunikation: Die Seiten einer Botschaft. Herausgegeben von OpenPM 2012. URL: <https://www.openpm.info/display/openPM/Kommunikation%3A+Die+Seiten+einer+Botschaft>, Stand: 13.12.2015.

President of Azerbaijan: Aliyeva Mehriban Arif gizi. Herausgegeben von president.az. URL: http://en.president.az/president/first_lady, Stand: 19.11.2015.

REDAÇÃO: "Got Talent": The Artgym Company foram os vencedores. Herausgegeben vom movenoticias.com o.J. URL: <http://www.movenoticias.com/2015/04/got-talent-the-artgym-company-foram-os-vencedores/>, Stand: 08.12.2015.

RIESA-LOKAL.DE: Europameisterschaft: Sportakrobatik in Riesa. Herausgegeben von riesa-lokal.de 2015. URL: <http://www.riesa-lokal.de/?p=21533>, Stand: 09.12.2015.

SC RIESA: Historik. Herausgegeben von scriesa-sportakrobatik.de 2015. URL: <http://www.scriesa-sportakrobatik.de/historie.html>, Stand: 23.08.2015.

SC RIESA: Willkommen auf der Homepage der Riesaer Sportakrobaten. Herausgegeben von scriesa-sportakrobatik.de 2015. URL: <http://www.scriesa-sportakrobatik.de/index.html>, Stand: 23.08.2015.

SC RIESA: Wir danken unseren Sponsoren! Herausgegeben von scriesa-sportakrobatik.de 2015. URL: <http://www.scriesa-sportakrobatik.de/sponsoren.html>, Stand: 23.11.2015.

SCHIPFEL Sebastian: DMM und WeNa-Pokal zweimal im Fernsehen. Herausgegeben von Akrobastisch.de 2010. URL: <http://www.akrobastisch.de/news/430-dmm-und-wena-pokal-zweimal-im-fernsehen>, Stand: 16.12.2015.

SCHIPFEL Sebastian: Hallo aus Baku. Herausgegeben von Akrobastisch.de 2015. URL: <http://www.akrobastisch.de/news/1022-hallo-aus-baku>, Stand: 15.12.2015.

SCHIPFEL Sebastian: Janina Hiller und Sophia Müller beim Supertalent 2010. Herausgegeben von Akrobastisch.de 2010. URL: <http://www.akrobastisch.de/news/426-janina-hiller-und-sophia-mueller-beim-supertalent-2010>, Stand: 05.12.2015.

SCHIPFEL Sebastian: So lief das Mehrkampf-Finale in Baku... Herausgegeben von Akrobastisch.de 2015. URL: <http://www.akrobastisch.de/news/1028-so-lief-das-mehrkampf-finale-in-baku>, Stand: 15.12.2015.

SCHIPFEL Sebastian: Sportakrobatik im Fernsehen / Kurznachrichten. Herausgegeben von Akrobastisch.de 2008. URL: <http://www.akrobastisch.de/news/92-sportakrobatik-im-fernsehen-kurznachrichten>, Stand: 16.12.2015.

SCHIPFEL Sebastian: WM-Countdown: x - 3 Wochen. Herausgegeben von Akrobastisch.de 2014. URL: <http://www.akrobastisch.de/news/910-wm-countdown-x-3-wochen>, Stand: 15.12.2015.

SCHIPFEL Sebastian: Finale der Sportakrobaten im Fernsehen. Herausgegeben von Akrobastisch.de 2009. URL: <http://www.akrobastisch.de/news/200-finale-der-sportakrobaten-im-fernsehen>, Stand: 16.12.2015.

SPELBOUND: About Spelbound. Herausgegeben von spelbound.co.uk 2015. URL: <http://spelbound.co.uk/about/>, Stand: 08.12.2015.

SPORT1: Aserbaidtschan weist Kritik zurück: "Keine politischen Gefangenen". Herausgegeben von sport1.de 2015. URL: <http://www.sport1.de/europaspiele-2015/2015/06/aserbaidtschan-weist-kritik-zurueck-keine-politischen-gefangenen>, Stand: 19.11.2015.

SPORT1: Medaillenspiegel der European Games 2015 in Baku: die Medaillenjäger von Baku. Herausgegeben von Sport1 2015. URL: <http://www.sport1.de/europaspiele-2015/2015/06/medaillenspiegel-der-european-games-2015-in-baku>, Stand: 11.11.2015.

TERNIEDEN Hendrik u. WITTE Jens: Prämien für Olympiasieger: Es geht um die Wurst. Herausgegeben vom Spiegel Online 2012. URL: <http://www.spiegel.de/panorama/olympia-2012-diese-praemien-gibt-es-fuer-gold-in-london-a-847692.html>, Stand: 06.11.2015.

TWT: In 4 Phasen die richtige Zielgruppe erreichen. Herausgegeben von TWT Interactive GmbH 2013. URL: <https://www.twt.de/news/detail/in-4-phasen-die-richtige-zielgruppe-erreichen.html>, Stand: 10.11.2015.

UEG: 1st European Games: Aerobic and Acrobatic Gymnastics part of the European Game! Herausgegeben von Gymmedia.com 2015. URL: <http://www.gymmedia.de/node/25070>, Stand: 14.12.2015.

UEG: Press conference 'Gymnastics at the European Games'. Herausgegeben vom UEG 2015. URL: <http://www.ueg.org/en/event/europeanGames.html>, Stand: 14.12.2015.

UEG: Preview of the rhythmic and acrobatics gymnastics competition at the 1st European Games! Herausgegeben vom UEG 2015. URL: <http://www.ueg.org/en/Preview-of-the-rhythmic-and-acrobatics-gymnastics-competition-at-the-1st-European-Games!-2015-06-15-1100>, Stand: 14.12.2015.

Magazine

SCHMIDT Sandra: Der Sport heißt nicht umsonst Kunstturnen, in: LEON, Nr. 1 v. 2015, S. 6-9.

Videos

ACRO SPORT TV: Interview with Igor Blintsov & IMPRESSIONS of European Championship 2015. Herausgegeben von Acro Sport TV 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fvvS6JBfrw4>, Stand: 06.12.2015.

ACRO SPORT TV: Sportakrobatik Deutsche Meisterschaften – Saarbrücken 2014-SR Fernsehen. Herausgegeben von Acro Sport TV 2014. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OpwHHfca3oo>, Stand: 16.11.2015.

DRESDEN FERNSEHEN: DSC-1898 Sportakrobatik Dresden Fernsehen. Herausgegeben von Dresden-Fernsehen 2011. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CTit-kXpLQCw>, Stand: 13.11.2015.

HASSEPAß Werner: Der RBB in unserem TiB-Akrobatik-Zentrum. Herausgegeben von TiB 2014. URL: <http://sportakrobatik.org/akrobatik-im-rbb-fernsehen-marz-2014/>, Stand: 16.12.2015.

NDR: Die Deutsche Meisterschaft der Sportakrobatik. Herausgegeben von NDR 2015. URL: <http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/nordmagazin/Die-Deutsche-Meisterschaft-der-Sportakrobatik,nordmagazin32180.html>, Stand: 16.12.2015.

Rhein-Neckar Fernsehen: Sportakrobatik: Horst-Stephan Pokal in Nieder-Liebersbach. Herausgegeben von rnf.de 2013. URL: <http://www.rnf.de/mediathek/video/spo006301013-sportakkrobatik-avi/>, Stand: 02.12.2015.

RTL: Die Showgruppe POWER bei Das Supertalent 2015. Herausgegeben von RTL 2015. URL: <http://www.clipfish.de/special/supertalent/video/4263872/die-showgruppe-power-bei-das-supertalent-2015/>, Stand: 12.11.2015.

Anlagen

Anlage 1: Eigene Darstellung

Weltmeisterschaften der Sportakrobatik 2008 – 2014 – Medaillenverteilung

| Damenpaare | | | |
|---------------|-----------------------|----------------|----------------|
| Jahr, Ort | Platz 1 | Platz 2 | Platz 3 |
| 2008, Glasgow | Weißrussland | Belgien | Russland |
| 2010, Breslau | Ukraine | Weißrussland | Russland |
| 2012, Orlando | Ukraine | Weißrussland | Groß Britanien |
| 2014, Paris | Belgien | Russland | Frankreich |
| Mixpaare | | | |
| Jahr, Ort | Platz 1 | Platz 2 | Platz 3 |
| 2008, Glasgow | Russland | USA | Russland |
| 2010, Breslau | USA | Russland | China |
| 2012, Orlando | Belgien | Russland | Ukraine |
| 2014, Paris | Russland | Groß Britanien | USA |
| Herrenpaare | | | |
| Jahr, Ort | Platz 1 | Platz 2 | Platz 3 |
| 2008, Glasgow | Ukraine | Russland | Groß Britanien |
| 2010, Breslau | Groß Britanien | Russland | Weißrussland |
| 2012, Orlando | Russland | Groß Britanien | Weißrussland |
| 2014, Paris | Russland | Weißrussland | Groß Britanien |
| Damengruppen | | | |
| Jahr, Ort | Platz 1 | Platz 2 | Platz 3 |
| 2008, Glasgow | Russland | Russland | Weißrussland |
| 2010, Breslau | Russland | Groß Britanien | Ukraine |
| 2012, Orlando | Russland | Belgien | Weißrussland |
| 2014, Paris | Groß Britanien | Russland | Belgien |
| Herrengruppen | | | |
| Jahr, Ort | Platz 1 | Platz 2 | Platz 3 |
| 2008, Glasgow | Russland | China | Groß Britanien |
| 2010, Breslau | Groß Britanien | China | Russland |
| 2012, Orlando | Groß Britanien/ China | | Russland |
| 2014, Paris | China | Groß Britanien | Russland |

Anlage 2: DOSB Bestandserhebung 2014

Gesamtmitgliederzahl. Quelle: DOSB

| | 2014 | 2013 | Zu-/Abgänge | % |
|---|-------------------|-------------------|-----------------|---------------|
| Landessportbünde | 23.691.030 | 23.782.375 | -91.345 | -0,38% |
| Olympische Spitzenverbände | 21.484.838 | 21.524.690 | -39.852 | -0,19% |
| davon ¹ : | 1.320.493 | 1.301.905 | 18.588 | 1,43% |
| Nicht-Olympische Spitzenverbände | 4.061.959 | 4.178.696 | -116.737 | -2,79% |
| davon ¹ : | 1.704.801 | 1.843.199 | -138.398 | -7,51% |
| Verbände mit besonderen Aufgaben | 1.453.036 | 1.472.743 | -19.707 | -1,34% |
| davon ¹ : | 1.059.439 | 1.064.907 | -5.468 | -0,51% |
| Verbände ohne Internationale Anbindung | ÷ | ÷ | ÷ | ÷ |
| Insgesamt: | 27.775.763 | 27.992.386 | -216.623 | -0,77% |

Rangliste aller Spitzenverbände nach Mitgliederzahlen

| '14 | '13 | Mitglieder | 2014 | 2013 | Verbände mit ... |
|-----|-----|---|-----------|-----------|-----------------------------|
| 1 | 1 | Deutscher Fußball-Bund ² | 6.851.892 | 6.822.233 | über 1 Mio. Mitgliedern |
| 2 | 2 | Deutscher Turner-Bund ³ | 5.018.819 | 5.008.966 | |
| 3 | 3 | Deutscher Tennis Bund ² | 1.445.117 | 1.472.197 | |
| 4 | 4 | Deutscher Schützenbund ² | 1.373.890 | 1.372.418 | |
| 5 | 5 | Deutscher Alpenverein | 1.010.721 | 965.615 | |
| 6 | 6 | Deutscher Leichtathletik-Verband | 834.887 | 853.076 | über 500.000 Mitgliedern |
| 7 | 7 | Deutscher Handball-Bund ² | 786.748 | 803.373 | |
| 8 | 9 | Deutsche Reiterliche Vereinigung ² | 697.067 | 708.890 | |
| 9 | 8 | Deutscher Angelfischerverband | 671.544 | 787.431 | |
| 10 | 11 | Deutscher Golf Verband | 637.735 | 635.097 | |
| 11 | 10 | Deutscher Behindertensportverband | 633.287 | 650.986 | |
| 12 | 12 | Deutscher Tischtennis-Bund | 588.547 | 598.714 | |
| 13 | 13 | Deutscher Schwimm-Verband | 565.702 | 570.672 | |
| 14 | 14 | Deutscher Skiverband ² | 564.686 | 566.713 | |
| 15 | 15 | DLRG (Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft) | 551.867 | 553.989 | über 100.000 Mitgliedern |
| 16 | 16 | Deutscher Volleyball-Verband ² | 446.177 | 451.717 | |
| 17 | 17 | Deutscher Tanzsportverband | 217.085 | 221.722 | |
| 18 | 18 | Deutscher Badminton-Verband ² | 200.271 | 200.672 | |
| 19 | 19 | Deutscher Basketball Bund ² | 192.164 | 192.012 | |
| 20 | 20 | Deutscher Segler-Verband ² | 186.808 | 186.300 | |
| 21 | 21 | Deutscher Karate Verband ² | 165.859 | 183.882 | |
| 22 | 22 | Deutscher Judo-Bund | 161.164 | 160.555 | |
| 23 | 23 | Bund Deutscher Radfahrer ² | 138.181 | 137.424 | |
| 24 | 24 | Deutscher Kanu-Verband | 119.392 | 118.207 | |
| 25 | 26 | Deutscher Verband für Modernen Fünfkampf | 109.825 | 103.931 | |
| 26 | 25 | Deutscher Motoryachtverband ² | 108.900 | 109.800 | über 50.000 Mitgliedern |
| 27 | 28 | Deutscher Aero Club | 101.684 | 101.128 | |
| 28 | 27 | Deutscher Kegler- und Bowlingbund | 96.579 | 102.730 | |
| 29 | 29 | Deutscher Schachbund | 90.382 | 90.676 | |
| 30 | 30 | Deutscher Ruderverband | 82.597 | 83.310 | |
| 31 | 31 | Deutscher Hockey-Bund | 81.189 | 77.412 | |
| 32 | 32 | Deutscher Boxsport-Verband | 71.733 | 69.759 | |
| 33 | 33 | Deutscher Ringer-Bund | 64.270 | 65.032 | |
| 34 | 34 | Verband Deutscher Sporttaucher | 62.790 | 63.607 | |
| 35 | 35 | Deutsche Taekwondo Union | 54.871 | 55.662 | |
| 36 | 36 | Deutsche Triathlon-Union | 53.788 | 52.092 | |
| 37 | 38 | Deutscher Ju-Jutsu-Verband | 52.992 | 49.168 | |
| 38 | 37 | American Football Verband Deutschland | 50.552 | 50.162 | |

Olympische Spitzenverbände

| | bis 6 Jahre | | 7 - 14 Jahre | | 15 - 18 Jahre | | 19 - 26 Jahre | | 27 - 40 Jahre | |
|--------------------|----------------|----------------|------------------|------------------|------------------|----------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|
| | m. | w. | m. | w. | m. | w. | m. | w. | m. | w. |
| Badminton * | 646 | 583 | 20.258 | 15.879 | 15.597 | 13.158 | 15.758 | 11.462 | 24.442 | 13.673 |
| Basketball * | 1.958 | 1.239 | 38.403 | 15.024 | 25.993 | 9.970 | 24.680 | 8.875 | 26.301 | 7.693 |
| Bob&Schlitten * | 83 | 41 | 602 | 329 | 442 | 200 | 502 | 244 | 711 | 303 |
| Boxsport | 712 | 331 | 9.960 | 2.268 | 11.011 | 2.399 | 13.225 | 2.825 | 11.828 | 2.361 |
| Curling | 6 | 1 | 36 | 22 | 23 | 19 | 56 | 27 | 85 | 37 |
| Eishockey * | 1.751 | 170 | 8.178 | 770 | 4.901 | 471 | 4.789 | 653 | 4.257 | 356 |
| Eislaufen | 542 | 2.464 | 1.206 | 6.864 | 262 | 1.912 | 186 | 1.209 | 213 | 1.119 |
| Eisschnelllauf | 17 | 21 | 323 | 382 | 116 | 109 | 82 | 61 | 67 | 54 |
| Fechten | 196 | 113 | 5.946 | 3.153 | 2.712 | 1.779 | 1.861 | 1.133 | 1.938 | 1.092 |
| Fußball * | 199.265 | 73.501 | 1.158.936 | 263.787 | 517.370 | 106.717 | 835.367 | 139.983 | 953.804 | 146.058 |
| Gewichtheben | 33 | 22 | 775 | 295 | 1.743 | 394 | 3.408 | 904 | 3.924 | 1.490 |
| Golf | 1.066 | 693 | 18.370 | 9.163 | 14.073 | 5.708 | 20.071 | 7.225 | 47.117 | 22.137 |
| Handball * | 15.162 | 11.168 | 110.297 | 82.885 | 62.391 | 45.568 | 72.984 | 51.375 | 67.828 | 40.244 |
| Hockey | 2.672 | 1.615 | 16.302 | 15.789 | 5.749 | 4.722 | 5.332 | 3.672 | 5.362 | 2.938 |
| Judo | 6.530 | 2.653 | 60.111 | 24.762 | 14.100 | 6.178 | 10.575 | 4.223 | 10.791 | 3.731 |
| Kanu | 984 | 881 | 8.853 | 5.311 | 6.297 | 3.528 | 7.265 | 3.728 | 10.189 | 6.075 |
| Leichtathletik | 19.902 | 20.052 | 98.966 | 117.534 | 36.330 | 42.473 | 36.112 | 36.983 | 39.521 | 42.524 |
| Mod. Fünfkampf | 6.493 | 6.627 | 6.687 | 8.361 | 2.180 | 2.776 | 5.837 | 3.588 | 4.066 | 8.737 |
| Radsport * | 704 | 500 | 7.990 | 6.541 | 6.337 | 3.184 | 8.701 | 3.078 | 15.217 | 4.826 |
| Reiten * | 2.861 | 13.476 | 14.076 | 126.013 | 7.374 | 72.456 | 10.667 | 93.256 | 18.855 | 93.146 |
| Ringern | 1.896 | 784 | 9.048 | 2.101 | 4.401 | 939 | 6.183 | 1.170 | 6.872 | 1.844 |
| Rudern | 265 | 201 | 4.910 | 2.326 | 5.484 | 2.306 | 5.867 | 2.793 | 7.773 | 4.538 |
| Rugby | 348 | 105 | 2.188 | 359 | 1.381 | 169 | 2.681 | 482 | 2.524 | 540 |
| Schützen * | 2.891 | 2.387 | 40.979 | 20.207 | 44.868 | 19.508 | 78.701 | 32.584 | 129.285 | 47.405 |
| Schwimmen | 27.875 | 27.551 | 108.785 | 112.542 | 23.586 | 23.721 | 18.638 | 17.937 | 21.712 | 24.248 |
| Segeln * | 755 | 563 | 9.899 | 5.820 | 7.296 | 4.046 | 8.713 | 4.253 | 16.110 | 6.055 |
| Ski * | 4.371 | 4.008 | 49.942 | 45.278 | 27.609 | 22.955 | 30.652 | 23.028 | 36.761 | 31.062 |
| Snowboard * | 250 | 232 | 3.455 | 3.102 | 1.889 | 1.590 | 2.103 | 1.617 | 2.503 | 2.158 |
| Taekwondo | 1.734 | 1.058 | 16.692 | 10.164 | 4.989 | 3.110 | 3.630 | 2.023 | 3.389 | 1.822 |
| Tennis * | 9.196 | 6.617 | 133.918 | 95.780 | 76.046 | 59.563 | 66.715 | 52.392 | 93.533 | 61.839 |
| Tischtennis * | 2.564 | 2.308 | 73.539 | 21.628 | 48.362 | 12.780 | 53.234 | 14.948 | 72.256 | 19.085 |
| Triathlon | 275 | 243 | 2.486 | 1.987 | 1.668 | 1.135 | 3.300 | 1.619 | 9.923 | 4.726 |
| Turnen * | 299.415 | 349.481 | 332.383 | 608.975 | 88.571 | 184.275 | 92.912 | 210.475 | 124.048 | 439.149 |
| Volleyball * | 2.568 | 2.846 | 16.954 | 38.197 | 15.058 | 36.560 | 27.059 | 43.196 | 45.997 | 43.873 |
| 2014 | 615.984 | 534.535 | 2.391.453 | 1.673.596 | 1.086.209 | 696.376 | 1.477.846 | 783.021 | 1.819.202 | 1.086.938 |
| 2013 | 579.044 | 495.164 | 2.470.498 | 1.748.525 | 1.095.894 | 721.613 | 1.760.370 | 894.250 | 2.167.896 | 1.147.249 |
| Veränderung | 36.940 | 39.371 | -79.045 | -74.929 | -9.685 | -25.237 | -282.524 | -111.229 | -348.694 | -60.311 |
| in % | 6,38% | 7,95% | -3,20% | -4,29% | -0,88% | -3,50% | -16,05% | -12,44% | -16,08% | -5,26% |

| 41 - 60 Jahre | | über 60 Jahre | | Mitglieder gesamt | | | Zu-/Abgänge | | Verleine | |
|---------------|-----------|---------------|-----------|-------------------|-----------|------------|-------------|--------|-------------|----------------------------|
| m. | w. | m. | w. | m. | w. | gesamt | absolut | % | Abteilungen | |
| 39.241 | 19.583 | 7.380 | 2.613 | 123.322 | 76.949 | 200.271 | -401 | -0,20% | 3.540 | Badminton ² |
| 18.141 | 7.195 | 4.870 | 1.824 | 140.344 | 51.820 | 192.164 | 152 | 0,08% | 2.182 | Basketball ² |
| 1.439 | 461 | 821 | 193 | 4.600 | 1.771 | 6.371 | 170 | 2,74% | 83 | Bob&Schlitten ² |
| 8.753 | 2.156 | 3.290 | 616 | 58.779 | 12.954 | 71.733 | 1.974 | 2,83% | 824 | Boxsport |
| 182 | 91 | 111 | 31 | 499 | 228 | 727 | -24 | -3,20% | 19 | Curling |
| 1.064 | 119 | 532 | 60 | 25.472 | 2.599 | 28.071 | 680 | 2,48% | 48 | Eishockey ² |
| 549 | 962 | 310 | 495 | 3.268 | 15.025 | 18.293 | -842 | -4,40% | 165 | Eislaufen |
| 63 | 51 | 72 | 39 | 740 | 717 | 1.457 | -104 | -6,66% | 37 | Eisschnelllauf |
| 2.798 | 1.415 | 1.289 | 518 | 16.740 | 9.203 | 25.943 | 360 | 1,41% | 481 | Fechten ² |
| 1.397.214 | 252.488 | 699.696 | 107.706 | 5.761.652 | 1.090.240 | 6.851.892 | 29.659 | 0,43% | 25.513 | Fußball ² |
| 4.962 | 2.493 | 3.059 | 1.130 | 17.904 | 6.728 | 24.632 | 330 | 1,36% | 202 | Gewichtheben |
| 157.653 | 100.391 | 141.314 | 92.754 | 399.664 | 238.071 | 637.735 | 2.638 | 0,42% | 929 | Golf |
| 108.334 | 48.823 | 55.739 | 13.950 | 492.735 | 294.013 | 786.748 | -16.625 | -2,07% | 4.467 | Handball ² |
| 8.550 | 4.545 | 3.073 | 868 | 47.040 | 34.149 | 81.189 | 3.777 | 4,88% | 382 | Hockey |
| 10.942 | 3.427 | 2.741 | 400 | 115.790 | 45.374 | 161.164 | 609 | 0,38% | 2.747 | Judo |
| 28.075 | 16.336 | 14.604 | 7.266 | 76.267 | 43.125 | 119.392 | 1.185 | 1,00% | 1.291 | Kanu |
| 109.290 | 106.195 | 72.530 | 56.475 | 412.651 | 422.236 | 834.887 | -18.189 | -2,13% | 7.703 | Leichtathletik |
| 10.258 | 18.375 | 8.795 | 17.045 | 44.316 | 65.509 | 109.825 | 5.894 | 5,67% | 142 | Mod. Fünfkampf |
| 40.014 | 12.473 | 22.354 | 6.262 | 101.317 | 36.864 | 138.181 | 757 | 0,55% | 2.539 | Radsport ² |
| 65.108 | 115.406 | 45.582 | 18.791 | 164.523 | 532.544 | 697.067 | -11.823 | -1,67% | 7.227 | Reiten ² |
| 12.587 | 3.905 | 10.486 | 2.054 | 51.473 | 12.797 | 64.270 | -762 | -1,17% | 454 | Ringern |
| 16.085 | 9.719 | 14.613 | 5.717 | 54.997 | 27.600 | 82.597 | -713 | -0,86% | 481 | Rudern |
| 1.915 | 377 | 811 | 105 | 11.848 | 2.137 | 13.985 | 133 | 0,96% | 125 | Rugby |
| 408.977 | 126.321 | 335.442 | 84.335 | 1.041.143 | 332.747 | 1.373.890 | 1.472 | 0,11% | 14.772 | Schützen ² |
| 48.432 | 52.627 | 25.170 | 32.878 | 274.198 | 291.504 | 565.702 | -4.970 | -0,87% | 2.409 | Schwimmen |
| 50.747 | 18.376 | 43.061 | 11.114 | 136.581 | 50.227 | 186.808 | 508 | 0,27% | 1.300 | Segeln ² |
| 102.506 | 84.068 | 62.226 | 40.220 | 314.057 | 250.619 | 564.686 | -2.027 | -0,36% | 3.232 | Skil ² |
| 6.804 | 5.566 | 4.041 | 2.529 | 21.045 | 16.794 | 37.839 | -1.641 | -4,16% | 2.939 | Snowboard ² |
| 4.137 | 1.736 | 316 | 71 | 34.887 | 19.984 | 54.871 | -791 | -1,42% | 872 | Taekwondo |
| 254.929 | 189.366 | 223.682 | 121.541 | 858.019 | 587.098 | 1.445.117 | -27.080 | -1,84% | 9.332 | Tennis ² |
| 138.425 | 36.893 | 77.967 | 14.558 | 466.347 | 122.200 | 588.547 | -10.167 | -1,70% | 10.464 | Tischtennis ² |
| 18.225 | 5.758 | 1.979 | 464 | 37.856 | 15.932 | 53.788 | 1.696 | 3,26% | 1.525 | Triathlon |
| 315.340 | 921.385 | 315.239 | 737.171 | 1.567.908 | 3.450.911 | 5.018.819 | 9.853 | 0,20% | 20.387 | Turnen ² |
| 82.734 | 52.201 | 25.167 | 13.767 | 215.537 | 230.640 | 446.177 | -5.540 | -1,23% | 7.939 | Volleyball ² |
| 3.474.473 | 2.221.283 | 2.228.362 | 1.395.560 | 13.093.529 | 8.391.309 | 21.484.838 | 2014 | | | |
| 3.285.603 | 2.120.177 | 1.738.832 | 1.299.575 | 13.098.137 | 8.426.553 | 21.524.690 | 2013 | | | |
| 188.870 | 101.106 | 489.530 | 95.985 | -4.608 | -35.244 | -39.852 | Veränderung | | | |
| 5,75% | 4,77% | 28,15% | 7,39% | -0,04% | -0,42% | -0,18% | in % | | | |

Nichtolympische Spitzenverbände

| | bis 6 Jahre | | 7 - 14 Jahre | | 15 - 18 Jahre | | 19 - 26 Jahre | | 27 - 40 Jahre | |
|---------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | m. | w. | m. | w. | m. | w. | m. | w. | m. | w. |
| Aero | 298 | 174 | 1.461 | 479 | 3.938 | 621 | 6.731 | 1.079 | 18.073 | 2.724 |
| Alpenverein | 9.909 | 8.732 | 45.930 | 40.634 | 32.079 | 25.668 | 55.685 | 36.564 | 103.000 | 76.036 |
| American Football | 999 | 980 | 4.434 | 6.121 | 7.598 | 4.152 | 9.397 | 3.566 | 6.844 | 2.000 |
| Baseball/Softball | 371 | 84 | 1.918 | 423 | 3.276 | 945 | 6.574 | 1.393 | 5.593 | 1.760 |
| Behindertensport | 5.947 | 5.030 | 11.260 | 8.674 | 6.411 | 5.420 | 12.763 | 12.558 | 23.280 | 34.529 |
| Billard | 62 | 24 | 733 | 171 | 999 | 199 | 3.804 | 484 | 9.024 | 1.219 |
| Boccia, Boule | 16 | 9 | 315 | 179 | 325 | 178 | 674 | 213 | 1.132 | 496 |
| Dart | 2 | 0 | 130 | 43 | 322 | 54 | 896 | 141 | 2.505 | 428 |
| Eisstockschießen | | | 595 | 145 | 1.098 | 230 | 2.250 | 427 | 3.065 | 632 |
| Gehörlosensport | 92 | 82 | 239 | 202 | 257 | 152 | 739 | 324 | 1.318 | 630 |
| Ju-Jutsu | 721 | 445 | 11.817 | 6.841 | 4.717 | 2.412 | 4.782 | 2.252 | 6.170 | 2.410 |
| Karate ² | 4.796 | 2.515 | 43.684 | 24.744 | 12.073 | 7.414 | 10.566 | 5.720 | 12.498 | 7.055 |
| Kegeln | 42 | 30 | 2.859 | 1.311 | 3.145 | 1.312 | 5.942 | 2.207 | 10.443 | 3.918 |
| Kraftdreikampf | 0 | 0 | 426 | 286 | 1.376 | 450 | 3.026 | 876 | 2.901 | 1.202 |
| DLRG | 13.359 | 12.914 | 99.143 | 96.107 | 31.115 | 28.728 | 32.549 | 28.464 | 32.740 | 29.270 |
| Minigolf | 25 | 28 | 367 | 131 | 346 | 90 | 547 | 180 | 977 | 387 |
| Motorsportbund | 64 | 10 | 1.543 | 121 | 1.857 | 187 | 3.434 | 360 | 4.723 | 345 |
| Motoryacht | 913 | 550 | 2.056 | 1.551 | 1.684 | 1.088 | 2.910 | 1.330 | 6.984 | 2.831 |
| Rasensport | 53 | 35 | 338 | 268 | 481 | 280 | 837 | 413 | 1.042 | 471 |
| Rollsport | 437 | 974 | 3.683 | 5.547 | 2.157 | 1.667 | 3.089 | 1.628 | 4.014 | 2.396 |
| Schach | 127 | 52 | 12.786 | 2.418 | 6.962 | 952 | 8.161 | 917 | 9.442 | 857 |
| Skibob | 3 | 4 | 35 | 22 | 15 | 18 | 11 | 13 | 14 | 14 |
| Sportakrobatik | 522 | 1.124 | 852 | 4.677 | 368 | 1.154 | 375 | 673 | 386 | 792 |
| Sportfischen | 317 | 87 | 23.861 | 1.661 | 35.564 | 1.120 | 53.076 | 1.824 | 111.436 | 5.026 |
| Sporttauchen | 334 | 301 | 3.100 | 2.288 | 2.827 | 1.605 | 3.811 | 2.068 | 7.783 | 4.011 |
| Squash | 58 | 32 | 598 | 309 | 815 | 383 | 1.028 | 555 | 2.012 | 856 |
| Tanzen | 973 | 11.331 | 4.281 | 38.727 | 2.640 | 14.148 | 5.443 | 13.925 | 8.542 | 14.833 |
| Wasserski | 16 | 19 | 155 | 92 | 195 | 80 | 401 | 178 | 362 | 179 |
| 2014 | 40.456 | 45.564 | 278.559 | 244.172 | 164.640 | 100.705 | 239.491 | 120.330 | 396.303 | 197.307 |
| 2013 | 40.962 | 46.586 | 287.837 | 245.600 | 169.017 | 96.642 | 253.408 | 123.427 | 427.748 | 202.811 |
| Veränderung | -506 | -1.022 | -9.278 | -1.428 | -4.377 | 4.063 | -13.917 | -3.097 | -31.445 | -5.504 |
| in % | -1,24% | -2,19% | -3,22% | -0,58% | -2,59% | 4,20% | -5,49% | -2,51% | -7,35% | -2,71% |

| 41 - 60 Jahre | | über 60 Jahre | | Mitglieder gesamt | | | Zu-/Abgänge | | Vereine | |
|---------------|---------|---------------|---------|-------------------|-----------|-----------|-------------|---------|-------------|-------------------|
| m. | w. | m. | w. | m. | w. | Summe | absolut | % | Abteilungen | |
| 48.792 | 3.507 | 15.429 | 378 | 92.722 | 8.962 | 101.684 | 556 | 0,55% | 1.870 | Aero |
| 228.745 | 156.496 | 128.497 | 66.748 | 599.845 | 410.878 | 1.010.721 | 45.108 | 4,67% | 355 | Alpenverein |
| 2.984 | 1.033 | 279 | 165 | 32.535 | 18.017 | 50.552 | 390 | 0,78% | 470 | American Football |
| 630 | 195 | 130 | 72 | 18.492 | 4.872 | 23.364 | -337 | -1,42% | 288 | Baseball/Softball |
| 77.561 | 131.550 | 124.572 | 173.723 | 261.794 | 371.484 | 633.278 | -17.708 | -2,72% | 5.993 | Behindertensport |
| 13.431 | 1.221 | 3.528 | 311 | 31.581 | 3.629 | 35.210 | 4.409 | 14,31% | 980 | Billard |
| 6.307 | 2.653 | 5.021 | 1.791 | 13.790 | 5.519 | 19.309 | 1.881 | 10,67% | 657 | Boccia, Boule |
| 4.468 | 616 | 239 | 18 | 8.562 | 1.300 | 9.862 | -426 | -4,14% | 540 | Dart |
| 10.515 | 2.085 | 7.050 | 802 | 24.573 | 4.321 | 28.894 | -3.175 | -9,90% | 1.297 | Eisstockschießen |
| 2.051 | 994 | 881 | 386 | 5.577 | 2.770 | 8.347 | -279 | -3,23% | 135 | Gehörlosensport |
| 6.517 | 2.631 | 825 | 452 | 35.549 | 17.443 | 52.992 | 3.824 | 7,78% | 896 | Ju-Jitsu |
| 21.526 | 9.934 | 2.504 | 860 | 107.617 | 58.242 | 165.859 | -18.023 | -9,80% | 2.968 | Karate |
| 26.695 | 10.607 | 21.745 | 6.323 | 70.871 | 25.708 | 96.579 | -6.151 | -5,99% | 1.847 | Kegeln |
| 3.405 | 2.468 | 1.640 | 994 | 12.774 | 6.276 | 19.050 | -327 | -1,69% | 201 | Kraftdreikampf |
| 60.417 | 45.044 | 27.182 | 14.835 | 296.505 | 255.362 | 551.867 | -2.122 | -0,38% | 2.012 | DLRG |
| 3.086 | 1.285 | 1.646 | 722 | 6.994 | 2.821 | 9.815 | -42 | -0,43% | 282 | Minigolf |
| 8.488 | 382 | 1.233 | 20 | 21.342 | 1.425 | 22.767 | 1.296 | 6,04% | 15 | Motorsportbund |
| 33.254 | 12.720 | 30.531 | 10.498 | 78.332 | 30.568 | 108.900 | -900 | -0,82% | 525 | Motoryacht |
| 1.688 | 738 | 961 | 282 | 5.400 | 2.487 | 7.887 | -1.084 | -12,08% | 110 | Rasenkraftsport |
| 4.253 | 2.786 | 1.022 | 565 | 18.635 | 15.561 | 34.196 | 133 | 0,39% | 564 | Rollsport |
| 26.989 | 1.230 | 18.975 | 514 | 83.442 | 6.940 | 90.382 | -294 | -0,32% | 2.530 | Schach |
| 77 | 70 | 61 | 41 | 216 | 182 | 398 | -13 | -3,16% | 14 | Skibob |
| 675 | 1.228 | 557 | 777 | 3.735 | 10.425 | 14.160 | -1.691 | -10,67% | 108 | Sportakrobatik |
| 284.287 | 11.354 | 137.362 | 4.569 | 645.903 | 25.641 | 671.544 | -115.887 | -14,72% | 5.581 | Sportfischen |
| 21.832 | 8.158 | 3.890 | 782 | 43.577 | 19.213 | 62.790 | -817 | -1,28% | 924 | Sporttauchen |
| 3.658 | 846 | 497 | 109 | 8.666 | 3.090 | 11.756 | -224 | -1,87% | 247 | Squash |
| 30.808 | 39.723 | 15.931 | 15.780 | 68.618 | 148.467 | 217.085 | -4.637 | -2,09% | 2.103 | Tanzen |
| 501 | 226 | 239 | 68 | 1.869 | 842 | 2.711 | -175 | -6,06% | 53 | Wasserski |
| 929.640 | 451.780 | 550.427 | 302.585 | 2.599.516 | 1.462.443 | 4.061.959 | 2014 | | | |
| 973.757 | 439.757 | 573.961 | 297.184 | 2.726.888 | 1.452.008 | 4.178.696 | 2013 | | | |
| -44.117 | 12.023 | -23.534 | 5.401 | -127.172 | 10.435 | -116.737 | Veränderung | | | |
| -4,53% | 2,73% | -4,10% | 1,82% | -4,66% | 0,72% | -2,79% | in % | | | |

Anlage 3: LEON – Das Turn-Magazin

Interview mit dem FIG Präsidenten Bruno Grandi

„DIE SPORTART HEISST NICHT

Bruno Grandi spricht wieder Klartext: Der FIG-Chef kritisiert den nationale Protektionismus, erklärt, warum Turnen eine „Randsportart“ ist und kündigt ein neues Regelwerk in der Rhythmischen Sportgymnastik noch vor den Olympischen Spielen 2016 an

Beim letzten FIG-Kongress Ende Oktober 2014 in Taschkent verkündete Bruno Grandi, dass er 2016, wenn in Tokio Wahlen anstehen, nicht wieder kandidieren wird. In seiner Rede zog er ein Fazit seiner seit 1996 andauernden Präsidentschaft. Und er übte Kritik an den Verbänden. Unter anderem darüber sprach LEON-Mitarbeiterin Sandra Schmidt im Dezember mit dem 80-jährigen Italiener.



„Es gibt kein Zurück in der Entwicklung unserer Disziplinen.“ Der 80-jährige Bruno Grandi ist seit fünf Amtsperioden Präsident der FIG und wird bei der Neuwahl 2016 nicht mehr kandidieren.

Foto: FIG/Volker Minkus

? Sie haben beim Kongress deutlich Kritik geübt. An wen genau richtete die sich?

Wann immer ich in meiner Zeit als Präsident der FIG Vorschläge gemacht habe, gab es eine sehr große Opposition seitens der starken Länder. Es gibt eine grundsätzliche Tendenz, jegliche Initiative zu blockieren, die den Status Quo berühren könnte. Das ist ein Fehler!

? Sie sprachen von einem „nationalen Protektionismus“?

Ja, das ist ein nationaler Protektionismus, wie soll man es sonst nennen? Ein Protektionismus, der insbeson-

dere von den starken Ländern ausgeübt wird, die keine Veränderung wollen. Ich würde zum Beispiel gern sehen, welche Länder imstande sind, eine Mannschaft mit sechs kompletten Turnern zu stellen. Wir haben 140 Mitgliedsverbände, davon sind zirka 15 bis 20 imstande, eine Weltmeisterschaft auszurichten. Dabei gibt es dann Turner aus etwa 50 Ländern und rund 30 Mannschaften, vielleicht 40. Und von denen können vier oder fünf Medaillen gewinnen. Wollen wir wirklich diesen Ländern dieses Privileg erhalten? Es ist ja nicht so, als würde das IOC nicht nachfragen: Wie viele Länder sind imstande, fünf komplette Mehrkämpfer zu präsentieren? Und dann wird der Tag kommen, an dem diese Idee, den Mannschaftswettbewerb ganz aus dem Programm zu nehmen, Realität wird.

? Sie haben auch erklärt, dass dies Ihre letzte Amtszeit ist.

Ja, dies ist ganz sicher meine letzte Amtszeit.

? Wie sieht es mit den Nachfolgekandidaten aus?

Ich habe da meine Präferenzen, aber die werde ich nicht kundtun. Ich werde mich an diesem Wettbewerb nicht beteiligen, ich bin ja nicht der König, der seinen Nachfolger auswählt, das wäre Nepotismus. Ich hoffe nur, dass der zukünftige Präsident so intelligent ist zu verstehen, dass es kein Zurück gibt, was die Entwicklung unserer Disziplinen betrifft.

? Turner vergleichen ihren Sport ständig mit anderen Disziplinen. Sollte man nicht akzeptieren, dass Turnen im heutigen Weltsport letztlich eine Randsportart ist?

Turnen ist kein „direkter Sport“, es gibt keinen Zweikampf, es gibt keinen Körperkontakt zwischen den Gegnern, keine Situation, in der die Zuschauer den Wettkampf als solchen direkt miterleben können. Der ist konstruiert, es ist ein erfundenes System. So lange das Publikum nicht versteht, was da passiert, bleiben die Punkte wie Lottozahlen: Man kann raten und hoffen. Was hat der Turner gezeigt? Wird er damit vor dem vorherigen Turner liegen? Die Menschen, die Anteil daran nehmen, darüber müssen wir uns auch im Klaren sein, sind zu einem Großteil Fans, aber kompetent sind sie nicht.

Ich werde in den verbleibenden zwei Jahren weiter dafür kämpfen, dass unsere Wertungsvorschriften verständlicher werden.

UMSONST KUNSTTURNEN“



„Es geht um die Beherrschung von Höchstschwierigkeiten“, weist Bruno Grandi zu Recht auf die Risiko-Problematik im Turnen hin. Andreas Bretschneider mit seiner Weltneuheit Kovacs-Salto mit Doppelschraube hat dies beispielhaft in die Tat umgesetzt.

Fotoserie:
Qingwei Chen

„Aber ist es nicht eben so, dass das Turnen komplizierter ist als die meisten anderen Sportarten?“

Ich sage ja nicht, dass wir ein Sport werden können, bei dem 80 000 Menschen gleichzeitig „Tor“ oder „Eigentor“ schreien, wenn der Ball denn einmal im Netz ist – all das wird bei uns nie passieren. Aber ich werde in den verbleibenden zwei Jahren weiter dafür kämpfen, dass unsere Wertungsvorschriften verständlicher werden.

„Das Risiko steigt ständig, zuletzt hat Andreas Bretschneider am Reck einen Kovacs mit Doppelschraube präsentiert. Wie stehen Sie zur Frage des notwendigen Risikos?“

Das Risiko muss immer begrenzt bleiben, keine Frage. Es kommt darauf an, wie das Element ausgeführt wird – souverän und anmutig! Es geht nicht darum, gegen akrobatische Höchstschwierigkeiten zu sein. Ich bin dann dagegen, wenn sie aussehen, als würde der Turner einfach mal probieren, ob dieses oder jenes Element auch klappen könnte. Es geht um die Beherrschung von Höchstschwierigkeiten, nicht darum, es irgendwie hinzubekommen. Die Sportart heißt ja nicht umsonst Kunstturnen – entweder die Kunst ist ein Teil des Sports oder sie ist es nicht. Wenn nicht, dann können wir auch in den Zirkus gehen!

„Sie haben letztes Jahr gesagt, die Erneuerung des Wettkampfkalenders und der Formate sei einer kopernikanischen Revolution vergleichbar – ist diese gelungen?“

Im Großen und Ganzen schon, ja. Es gibt jetzt eine Art Gleichgewicht zwischen den starken Ländern. Aber ich

wünsche die Mannschaftswettkämpfe auf vier Turner reduzieren, und das ist mir nicht gelungen. Was den Kalender betrifft, ist noch einiges zu tun: Es ist und bleibt so, dass es das Turnen auf der Ebene der Wahrnehmung nur alle vier Jahre, bei den Olympischen Spielen, für eine Woche gibt, und das ist ein unhaltbarer Zustand. Das sollten endlich alle begreifen.

„Warum erreicht das Turnen nur bei Olympischen Spielen so viele Menschen?“

Das gilt es immer wieder zu analysieren: Sind wir ein Sport, dem man gut folgen kann, an dem man teilhaben kann, dessen Entscheidungen man verstehen kann – nein!

Sind wir ein telegener Sport – ja! Vor allem sollten die Wettkämpfe nicht länger als zwei Stunden dauern. Es ist eben nicht wie ein Tennis-

spiel, das wird ja immer interessanter, umso länger es dauert.

Das ist im Turnen nicht so. Wie oft war ich in den letzten Jahrzehnten zusammen mit der Wettkampfleitung, den Kampfrichtern und den Aktiven alleine in der Halle? Und das bei großen internationalen Wettbewerben! Die Zuschauer sind alle irgendwann gegangen oder nie gekommen – das

Es ist und bleibt so, dass es das Turnen auf der Ebene der Wahrnehmung nur alle vier Jahre, bei den Olympischen Spielen, für eine Woche gibt, und das ist ein unhaltbarer Zustand.

Neine Kunst: Weltmeisterin Jana Kudrjawtsewa gewann bei den WM 2014 in Izmir als 17-Jährige fünfmal Gold und einmal Silber.

Fotos: FIG/Volker Minkus

ist das Desaster! Und dann steht man am besten noch im Fernsehen, wie die Technischen Präsidenten den Daumen in Richtung Kampfgericht hoch oder runter halten, bevor eine Wertung veröffentlicht wird – das ist wie im Politbüro, es ist absurd!

? *Dieses Jahr im Juni haben in Baku die Europaspiele Premiere, die Olympischen Jugendspiele (YOG) dagegen sind bereits etabliert – wie beurteilen Sie diese?*

Die YOG können mit den aktuellen Formaten nicht ihren eigentlichen Zweck erfüllen: Wenn es darum gehen soll, jungen Athleten die Olympische Idee nahezubringen, wenn es um Erziehung, um Förderung des Sports geht, dann kann ich das nicht erreichen, wenn ich die Teilnehmerzahl so strikt begrenze und nur die Allerbesten mitmachen lasse. Das führt höchstens dazu, dass noch mehr junge Sportler früh frustriert aufhören – zumindest in unseren Sportarten.

? *Im Jahr 2014 haben über 30 Turnsportler die Nationalität Aserbaidschans angenommen. Ist das nicht eine bedenkliche Entwicklung?*

Wir folgen hier lediglich den Regeln,

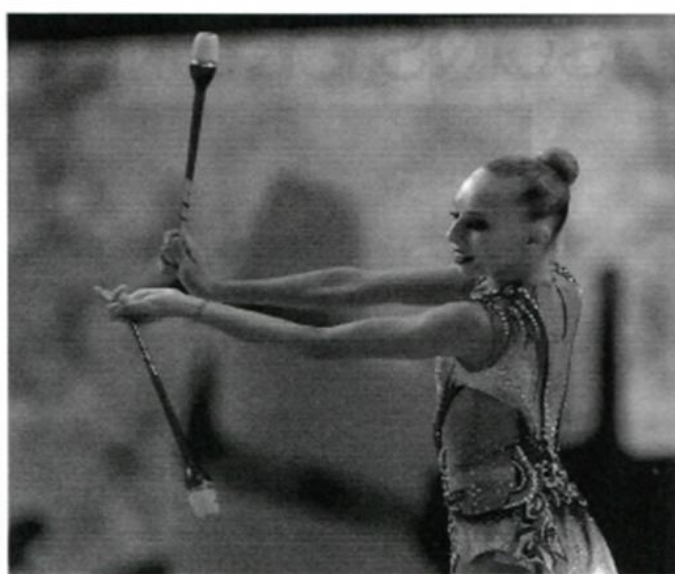
die das IOC vorgibt, es sind keine Regeln der FIG. Wenn die Kriterien dieser IOC-Regeln erfüllt sind,

Es geht ja um die Perfektion im Sport, und da ist mir ganz egal, ob da der Weltbesten der Ball rausrollt oder irgendeiner, die vielleicht sowieso Letzte wird – sie müssen dafür den gleichen Abzug bekommen!

dann kann ich nicht sagen: Nein, das geht nicht.

? *Betrachten Sie es nicht als problematisch, dass einige Länder offenbar ganze Teams einkaufen können und somit eventuell ärmere Nationen ohne Turner bleiben?*

In dieser Konsequenz wäre es schrecklich, aber es gibt auch hier einen positiven und einen negativen Aspekt: Ein Land wird ärmer an Turnern, dafür wird ein anderes reicher. Ich erinnere nur an einige Ex-Sowjetrepubliken, aus denen Anfang der neunziger Jahre viele, viele Turner in ein bestimmtes Land gewechselt sind ...



? *Im April 2014 hat der CAS [Internationale Sportgerichtshof, A.d.R.] zugunsten der Kampfgerichtsrinnen des Technischen Komitees der RSG und gegen die FIG geurteilt. [LEON* berichtete in Nr. 04/2013] Was ist passiert?*

Also, der CAS hat bestätigt, dass es beim Kampfgerichterkurs Unregelmäßigkeiten gegeben hat. Und das ist wichtig! Aber wir, als FIG, haben einen folgenschweren formalen Fehler begangen. Und zwar haben wir nicht schriftlich dargelegt, dass das gesamte Technische Komitee für den Kurs verantwortlich zeichnet und nicht nur seine Präsidentin. Man hat nicht das ganze TK betrachtet, sondern nur die ehemalige Präsidentin, die offenbar gemacht hat, was sie wollte. [...] Hier hat der CAS ordentlich Mist gebaut! Weil das TK nicht demokratisch funktionierte und wir, die FIG, nicht ausdrücklich darauf hingewiesen haben, dass dem aber so sein sollte, ist also folglich allein die Präsidentin für alles verantwortlich.

? *Wie bewerten Sie die russische Übermacht in dieser Sportart?*

Da ist nichts dran zu machen. Das Einzige, was man tun kann, ist, die RSG in der Welt weiter zu verbreiten. Aber ich würde sagen, die nächsten 20 Jahre bleiben die Machtverhältnisse so – es sind die besten Gymnastinnen! Die Wertungsvorschriften müssen verändert werden, und zwar sofort, die alten Vorschriften sind absurd! Das, was die damals verantwortlichen Personen nie gewollt haben, muss eingeführt werden: Ein Element braucht einen anerkannten Schwierigkeitsgrad, der unabhängig von der Ausführung des Elements ist. [...] Mit den Wertungsvorschriften der RSG, so wie sie geschrieben sind, ist es unmöglich, eine Übung kohärent zu bewerten! Die sieben Mitglieder des TKs geben für die gleiche Übung sieben verschiedene Ausgangswerte! Und das sind dieje-

nigen, welche die Wertungsvorschriften selbst gemacht haben. Alle wissen, dass ich das nicht akzeptiere, das habe ich auch in der Vollversammlung gesagt.

? Es sollen neue Wertungsvorschriften erarbeitet werden. Wer wird das tun?

Die Initiative geht von uns, [FIG-Zentrale, A.d.R.] aus, das habe ich so angeordnet, es kann nicht das Technische Komitee alleine tun. Außerdem wird es eine Expertengruppe geben, unter anderem mit dem Kanadier Hardy Fink, für alle biomechanischen Aspekte – hier geht es um Definitionen: Ist das Element da oder nicht! Vor den Spielen 2016 wird der neue Code fertig sein.

? Warum gelten die Wertungsvorschriften denn eigentlich immer noch?

Weil die Technischen Komitees dir das so in die Hand geben. Sie sind gewählt, und es ist ihre Verantwortung, die Wertungsvorschriften zu erarbeiten. In London, bei den Olympischen Spielen, da habe ich gesagt, das geht so nicht! Ich will das nicht. Wenn es einen Fehler gibt, gibt es einen Fehler, wenn der Ball aus der Fläche rollt, dann ist das so – da ist mir völlig egal, ob die Übung eigentlich ganz wunderbar war und diejenige vielleicht verliert, wenn man das abzieht. Wenn der Ball draußen ist, wird das abgezogen, da darf es doch keine Diskussionen geben! Es geht ja um die Perfektion im Sport, und da ist mir ganz egal, ob da der Weltbeste der Ball rausrollt oder irgendeiner, die vielleicht sowieso Letzte wird – sie müssen dafür den gleichen Abzug bekommen!

? Zurück zur russischen RSG-Schule, die Sportart wurde dort geboren...

Das stimmt nur zum Teil, das Konzept einer Rhythmischen Gymnastik stammt ursprünglich aus Frankreich, Italien und Deutschland. Was stimmt ist, dass die Rhythmische Gymnastik als olympische Disziplin von der Sowjetunion dominiert worden ist und von Bulgarien für einige Zeit, wobei es im Gruppenwettkampf immer Phasen gab, in denen auch andere Ländern sehr stark waren. Das herrschende, also im Prinzip das sowjetische Konzept, hat viel mit klassischem Ballett gemein, mit der



Bruno Grandi ist seit 1996 FIG-Präsident und war viele Jahre auch Mitglied des Internationalen Olympischen Komitees. 2001 wurde er in die International Gymnastics Hall of Fame aufgenommen.

Fähigkeit, durch eine Bewegung etwas zu interpretieren oder andersherum, die Interpretation von etwas in Bewegung zu fassen – es geht um ein Niveau der Ausdrucksfähigkeit, das im Wortsinne künstlerisch ist. Die aktuelle Weltmeisterin Jana Kudrjawtsewa – das muss man einfach sagen – ist traumhaft. Das ist reine Kunst – sie würde in der Mailänder Scala, im Bolschoi Theater, wo auch immer, die Menschen faszinieren.

? Viele Trainerinnen aus der Ex-Sowjetunion arbeiten heute in anderen Ländern der Welt.

Dass ist die russische Schule, und sie ist das Vorbild für alle, keine Frage. Die Frage ist, wie die anderen Länder dieses Niveau erreichen können? Das geht schon, aber es ist sehr, sehr schwierig, man kann daran arbeiten. Russische Trainer, die in anderen Ländern arbeiten, finden dort ja auch eine andere Kultur vor, sie müssen sich anpassen. Es wird nicht überall so trainiert wie in Russland.

Mit Bruno Grandi
sprach Sandra Schmidt

Gym-Hosen
Samt-Hot-pant
Turnanzüge
ervy
Weichböden
Bänfer
TURNMATTEN
Turngeräte
Spreddy
Reisport
Sprungbretter
Turntrikots
Iwa
Turnschläppchen
KUNSTTURNHOSEN
SPORTVERSAND HORN
www.TURNBASAR.de
SOFORT MAL REIN SCHAUEN

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname